AGENDAS DE COMPETITIVIDAD
DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

2013 2018



MÉRIDA
YUCATÁN

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Yucatán
Gobierno del Estado
Comprometidos con tu bienestar
2012 • 2018

FONATUR
MÉXICO UN GRAN DESTINO

MÉXICO
Consejo de Promoción Turística

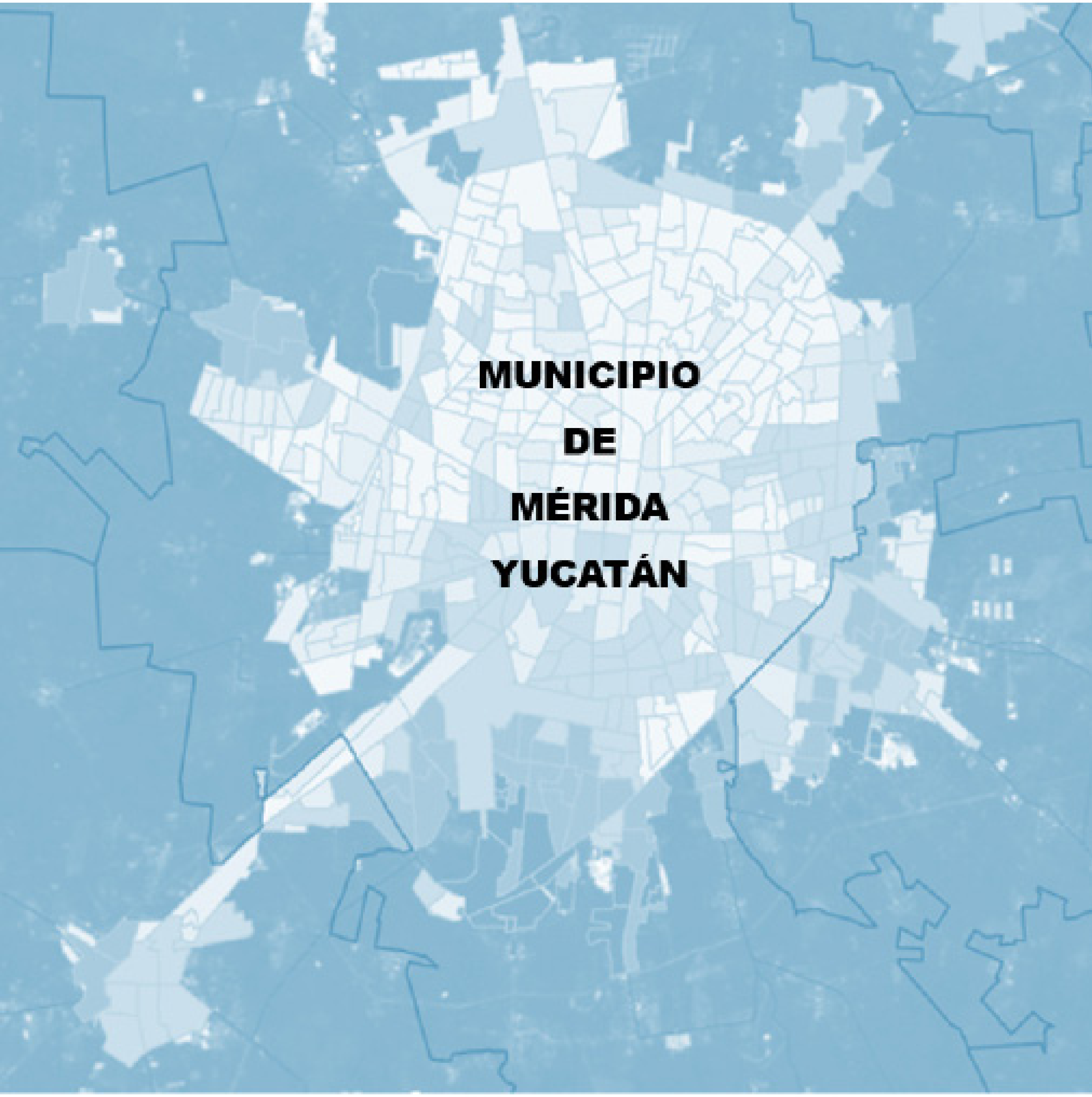
UADY
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE YUCATÁN

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURISTICOS



MUNICIPIO DE MÉRIDA YUCATÁN

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Yucatán
Gobierno del Estado
Comprometidos con tu bienestar
2012 • 2018

Secretaria de Fomento Turístico

UADY
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE YUCATÁN
"Luz, Ciencia y Verdad"

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

DIRECTORIO

SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL

MTRA. CLAUDIA RUIZ MASSIEU
Secretaria de Turismo

C. P. Carlos Manuel Joaquín González
Subsecretario de Innovación y Desarrollo Turístico

Lic. José Salvador Sánchez Estrada
Subsecretario de Planeación

Lic. Francisco Maass Peña
Subsecretario de Calidad y Regulación

Mtro. Octavio Mena Alarcón
Oficial Mayor

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO

Lic. Héctor Martín Gómez Barraza
Director General

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

Lic. Rodolfo López Negrete Coppel
Director General

DIRECTORIO

GOBIERNO DEL ESTADO DE YUCATÁN

LIC. ROLANDO RODRIGO ZAPATA BELLO

Gobernador Constitucional del Estado de Yucatán

C. Saúl Martín Ancona Salazar

Secretario de Fomento Turístico del Estado de Yucatán

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE YUCATÁN

MTRO. ALFREDO DÁJER ABIMERHI

Rector de la Universidad Autonóma de Yucatán

Dra. en Arq. Ileana Beatriz Lara Navarrete

Directora General del Proyecto

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

PRESENTACIÓN

La prioridad del Presidente Enrique Peña Nieto ha sido emprender reformas transformadoras en los diferentes ámbitos de la vida nacional para que México sea un país en paz, incluyente, con educación de calidad, próspero y con responsabilidad global.

La Política Nacional Turística tiene como objeto convertir al turismo en motor de desarrollo. Por ello trabajamos en torno a cuatro grandes directrices: ordenamiento y transformación sectorial; innovación y competitividad; fomento y promoción; y sustentabilidad y beneficio social para promover un mayor flujo de turistas y fomentar la atracción de inversiones que generen empleos y procuren el desarrollo regional y comunitario.

Para ello, el Presidente de la República instruyó trabajar en la construcción de Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos Prioritarios. Las 44 Agendas desarrolladas tienen por objeto establecer un plan de acción que impulse la innovación de la oferta turística y aumente la competitividad del sector en cada una de las localidades.

Para su elaboración, la Secretaría de Turismo desarrolló una metodología uniforme y convocó a los Gobiernos de las Entidades Federativas, para, con la colaboración de 33 Instituciones de Educación Superior y la participación de cerca de 600 académicos e investigadores, autoridades municipales y los actores involucrados en el sector, desarrollar un instrumento evaluador de situaciones y generador de respuestas concretas a los lineamientos y estrategias contenidos en la Política Nacional Turística y planteados en el Plan Nacional de Desarrollo.

Las Agendas de Competitividad, nos permitirán:

- Determinar la situación actual del sector turístico en los destinos seleccionados.
- Diseñar una agenda con propuestas basadas en criterios e indicadores de competitividad comunes que respondan a la problemática particular de cada destino.
- Generar un Tablero de Control de Competitividad para Destinos Turísticos (TCCDT) que permita evaluar avances y contar con criterios sólidos para canalizar recursos a los destinos.
- Contar con una cartera de proyectos viables para ser financiados mediante los Convenios de Subsidios o apoyados con esquemas financieros alternos.

En la Secretaría de Turismo del Gobierno de la República estamos comprometidos con el desarrollo y transformación de México, por lo que continuaremos trabajando para lograrlo. La entrega de estas Agendas de Competitividad así lo demuestra. Constituyen una oportunidad para abrir nuevos horizontes en el devenir del desarrollo turístico nacional y elevar la competitividad del sector. Representan un nuevo esquema de vinculación con la sociedad en la que participaron los diferentes agentes y actores que conforman el sector. En este sentido, las Agendas inauguran múltiples sendas propicias para el desarrollo económico sustentable y sostenible del país.

CLAUDIA RUIZ MASSIEU
Secretaria de Turismo
México, D.F., febrero de 2014

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

INTRODUCCIÓN

La competitividad se define, según el Diccionario Oxford de Economía, como “la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios”. A lo largo de los últimos 20 años se ha agudizado la discusión sobre la sana pertinencia o la obsesión peligrosa[1] de su uso, para fines de analizar el comportamiento y evolución de los entramados productivos que rigen el destino de países y actividades económicas.

No obstante los debates académicos, el uso del término forma parte del lenguaje cotidiano utilizado por investigadores, funcionarios, académicos y demás interesados en impulsar políticas públicas que sirvan para mejorar las condiciones de la población de los diferentes países, estados y sectores.

La actividad turística no es la excepción; por ese motivo a lo largo de los últimos años, se ha generado importante bibliografía que da cuenta de los intentos por que ésta actividad alcance niveles de excelencia, que le permita posicionarse en los primeros lugares de los catálogos de competitividad, ya sea entre naciones, estados, municipios, localidades o destinos, e incluso a nivel empresas.

LAS AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

- El Presidente de la República anunció en Nayarit el 13 de febrero de 2013, las directrices de la nueva Política Nacional Turística.
- Como parte de las acciones definidas en el PND, se encuentra la construcción de las “Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos (ACDT)” del país, con el propósito de diagnosticar su situación y de emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales, con la participación de los demás actores del propio destino.
- Para el desarrollo de los trabajos se ha elaborado una metodología uniforme para construir las ACDT. Un elemento estratégico ha sido el liderazgo de SECTUR y el involucramiento de los Gobiernos Estatales y autoridades locales, así como de la participación de 33 Instituciones de Educación Superior, y de más de 600 académicos e investigadores, para asegurar la calidad de las investigaciones.
- Los destinos seleccionados incorporan los principales receptores de turistas internacionales y nacionales, los CIP´s de FONATUR y las Ciudades Patrimonio. Esta selección agrupa a los siguientes destinos:

1 P. Krugman, “Competitiveness: A Dangerous Obsession”, Foreign Affairs, vol. 73, núm. 2, 1994, pp. 28-44

DESTINOS TURÍSTICOS

1. Acapulco
2. Aguascalientes
3. Ciudad Juárez
4. Campeche
5. Cancún
6. Chalma
7. Ciudad de México
8. Cozumel
9. Cuernavaca
10. Durango
11. Ensenada
12. Guadalajara
13. Guanajuato
14. Hermosillo
15. Huatulco
16. Ixtapa - Zihuatanejo
17. Ixtapan de la Sal
18. León
19. Los Cabos
20. Manzanillo
21. Mazatlán
22. Mérida
23. Morelia
24. Monterrey
25. Riviera Nayarit
26. Oaxaca
27. Pachuca
28. Puebla
29. Puerto Vallarta
30. Querétaro
31. Riviera Maya
32. San Juan de Los Lagos
33. San Luis Potosí
34. San Miguel de Allende
35. Tampico - Madero
36. Tijuana
37. Tlacotalpan
38. Tlaxcala
39. Torreón
40. Tuxtla Gutiérrez
41. Veracruz - Boca del Río
42. Villahermosa
43. Xalapa
44. Zacatecas

El propósito de focalizar los esfuerzos analíticos y de políticas públicas, en polígonos de actuación específicos, ha sido el poder identificar soluciones prácticas e impactos visibles entre los diferentes actores, que son protagonistas de la denominada industria de la hospitalidad.

Con el fín de conocer los alcances y recomendaciones derivadas de las investigaciones realizadas, se ha desarrollado para cada Agenda un resumen ejecutivo, que tiene como finalidad presentar de manera sintética, los principales resultados de los trabajos, partiendo del diagnóstico de cada destino y de las agendas construidas, considerando las principales propuestas y los proyectos de inversión identificados, con los que se busca mejorar significativamente la competitividad de las localidades y regiones que considera.

La elaboración de 44 Agendas de Competitividad, permitió confirmar la hipótesis planteada al inicio de los trabajos, que identificaba el problema de los principales destinos turísticos del país, como oferentes de productos turísticos que enfrentan severas reticencias para generar un valor agregado creciente, es decir, se observó en la mayoría de los casos, un estancamiento en la producción de riqueza, que favorezca y mejore sustantivamente el bienestar de la población local y las condiciones de rentabilidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

En ese sentido, más que avanzar en profundizar en un índice de competitividad que permitiera cuantificar con precisión las brechas existentes entre los destinos y los estados, no obstante que los interesados en el tema encontrarán material para elaborar ejercicios de este tipo, nos dimos a la tarea de identificar en cada destino seleccionado, las claves que permitan revertir las problemáticas y obstáculos encontrados, para liberar la capacidad creativa y la innovación que asegure capitalizar las ventajas comparativas; o dicho de otra manera, para aprovechar con bases sustentables, la extraordinaria dotación de recursos naturales, culturales y vivenciales disponibles a lo largo y ancho del territorio nacional.

En este tenor, se optó por orientar el esfuerzo de investigación aplicada, hacia la solución de estas restricciones que afectan frontalmente el desarrollo de los municipios, de los estados y de las regiones del país. Con esta línea de investigación, se encaminaron los trabajos y recomendaciones, a recuperar el concepto de competitividad.

¿QUÉ ENSEÑANZAS NOS DEJAN LAS ACDT?

- Se logró un esquema de trabajo novedoso, que generó la coordinación efectiva entre los tres niveles de gobierno, lo que detona enseñanzas y lecciones de gran utilidad para actuar localmente e impactar en el ámbito nacional.

- La academia y en especial la Instituciones Locales de Educación Superior, están ávidas de interactuar con los responsables de las políticas públicas y tiene un creciente interés por proponer soluciones a los problemas que aqueja su entorno inmediato.

- Se diseñó una metodología que sirvió como marco conceptual de los trabajos de los investigadores y estudiosos participantes, misma que partió de la premisa de trascender el diagnóstico y propuso para cada problemática identificada iniciativas o proyectos de solución.

- Cada destino cuenta con un portafolio de proyectos de inversión, que más allá del número total obtenido, garantiza que el análisis técnico que se les practicó se apega a una evaluación alineada con los objetivos y alcances del proyecto.

¿QUÉ HALLAZGOS OFRECEN LAS AGENDAS?

- Un inventario rico en contenido de políticas, programas y acciones que se practican en los destinos turísticos de la República Mexicana, así como su valoración y recomendaciones de mejora dependiendo la latitud donde se aplique. Por lo que el lector de los trabajos completos y en los resúmenes ejecutivos, podrá encontrar un acervo abundante e interesante sobre la problemática y recomendaciones por destino seleccionado.

- Se plasma la evidencia de que, casos exitosos en una demarcación, no necesariamente tienen viabilidad para su instrumentación en otras latitudes, al mismo tiempo qué estrategias locales son pertinentes para una instrumentación de corte nacional.

- Se demuestra cómo las políticas de fomento para el sector tienen su aterrizaje en la localidad, y si esto no se contempla al momento de su diseño, están condenadas al fracaso, lo que obliga a colocar la problemática municipal en el centro de la competitividad de las ciudades, destinos o puertos turísticos.

- Un destino sin planeación urbana, es un destino sin futuro próspero, la evidencia de los trabajos de muchos destinos en la materia, amerita un reconocimiento de los casos exitosos, así como las áreas de oportunidad para mejorar la actuación de las autoridades.

- La necesidad de impulsar destinos turísticos integralmente seguros que garanticen la integridad física y patrimonial de los paseantes es indispensable, como más de una ACDT da cuenta, por lo cual se percibió la necesidad de seguir trabajando en esquemas que regresen la confianza del turista, y en los que la experiencia de su visita será plenamente satisfactoria.

- Uno de los grandes temas pendientes radica en la calidad y mejora regulatoria que se tiene en los destinos, existiendo la evidencia de ser factores que han contraído la inversión en diferentes productos turísticos; se encontró desde falta de alineación entre las leyes relacionadas, así como mecanismos de sobre regulación que requieren el concurso decidido de todos los involucrados.

- Las propuestas que se tienen para aprovechar las tecnologías de la información y comunicación, revelan la gran brecha digital que todavía se tiene en esquemas de información turística, así como en las estrategias de promoción local.

- Los investigadores y académicos locales en general, no han encontrado los mecanismos precisos para generar proyectos e iniciativas aplicadas, que redunden en beneficios específicos para este sector.

- Los temas ambientales son tratados con diferentes niveles de detalle, aportándose reflexiones, soluciones, evidencia de afectaciones y casos de éxito en materia de conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos. Igualmente, se plantean alternativas que enfoques como la economía verde pueden traer aparejados.

- Los temas de promoción son intrínsecos de la actividad turística y evidenciaron, en algunos casos, que la canalización de recursos públicos en lo local, rebasa significativamente a los recursos que se canalizan al producto turístico en sí, resaltando la necesidad de demostrar claramente los beneficios netos de algunas de estas prácticas.

- Por su parte se observaron carencias en materia de evaluación y seguimiento de las estrategias y acciones turísticas, así como los impactos que estas iniciativas tienen en temas, como el de la competitividad, entre otros.

- En materia de esquemas de comercialización, se observó que la mayor parte de los destinos y productos turísticos, se empaquetan o integran para su venta desde una perspectiva tradicional, donde los esquemas de precios son los que privan por encima de alternativas basadas en la innovación y generación de nuevas alternativas. Muchas de las respuestas que ofrecen las agendas, apuntan en el sentido de impulsar un modelo de comercialización basado en la generación de valor agregado, es decir mayor riqueza para las localidades y el país.

En suma podemos decir que el ejercicio de las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos, ofrece múltiples respuestas a quienes se acerquen a conocer las problemáticas locales, pero más importante aún, son las iniciativas para corregir y actuar en la solución de los problemas que aquejan a nuestros destinos, desde los más generales, hasta los más puntuales y detallados.

Con este propósito se presentan estos ejercicios, con la confianza de que millones de personas que trabajan diariamente en y por el turismo, encuentren rutas para cristalizar el sueño de un mejor turismo que beneficie a todos.

INDICE

PRÓLOGO 1
RESUMEN EJECUTIVO 2
OBJETIVO DEL ESTUDIO 4
I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL. 5
1. Perfil socioeconómico del Municipio
2. Identificación y análisis del potencial de los recursos turístico.
3. Evaluación cualitativa y cuantitativa de la oferta de hospedaje del destino.
4. Especificación de la oferta complementaria.
5. El Factor humano.
6. Marco institucional, normativo y asociativo.
7. Accesibilidad y movilidad.
8. Infraestructuras básicas.
9. Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano).
10. Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística,
11. Mercados (actuales y potenciales).
12. Promoción y comunicación.
13. Comercialización.
14. Identificación y análisis de las TICs disponibles y utilizadas en el destino,

II. SUBDIAGNOSTICO E INSTRUMENTOS DE POLÍTICA TURÍSTICA. 48
1 Ejes de la política nacional turística.
Plan Nacional de Desarrollo
2 Lineamientos y directrices estratégicas.
Plan Estatal de Desarrollo
3 Lineamientos sectoriales.
Plan Municipal de Desarrollo.
4 Objetivos, estrategias y líneas de acción.
Descripción de los nueve factores de competitividad
Tablas de Ponderación de Indicadores
5. Matrices de compromisos y proyectos 118
6. Matriz de proyectos.
7. Indicadores económicos, sociales y desempeño institucional. 153

III ENTREGABLES ADICIONALES. 167
1. Esquemas para fomentar la inversión pública y privada.
2. Propuesta de mejora regulatoria estatal y municipal.
3. Recomendaciones para la planeación, movilidad y el ordenamiento territorial
4. Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos.
Biliografía

Responsables del proyecto 173
Organigrama 181

PRÓLOGO

De acuerdo a las directrices de la Nueva Política Nacional Turística anunciada el 13 de Febrero por el Presidente de la República, la Institución Local de Educación Superior: Universidad Autónoma de Yucatán (UADY) a través del cuerpo de profesores de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Antropológicas, y en coordinación con la Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán, presenta este documento que contiene la elaboración y planteamiento final de la Agenda de Competitividad Turística del Destino Mérida, con la finalidad de aprovechar el potencial turístico de este destino y conocer su posición mensurable dentro del mapa turístico nacional.

Para la consecución de esta Agenda se siguieron la metodología y los lineamientos aportados por la Secretaría de Turismo (SECTUR) con el fin de homologar los procesos en todo el país. En líneas generales, se procede a través de un Diagnóstico Situacional basado en criterios e indicadores de competitividad comunes, que responde a la problemática particular del destino Mérida, junto con un Plan de Acción, incluyendo matrices de compromisos y matrices de proyectos; inventarios y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, con una propuesta de mejora regulatoria estatal y municipal; esquemas para fomentar la inversión pública y privada; recomendaciones para la planeación, movilidad y el ordenamiento territorial; instrumentos de política turística, Inventario existente y propuestas en temas del marco jurídico, de concertación y coordinación institucional, de promoción, comercialización y de financiamiento. Por último se agrega a este documento una semblanza del equipo de especialistas que tuvo a su cargo la elaboración de esta Agenda de Competitividad Turística del Destino Mérida, así como un organigrama con la distribución de los trabajos a cada integrante del mencionado equipo responsable. Todo lo enunciado, en formato impreso y acompañado de un archivo digital (en CD).

El tiempo con que se contó para la elaboración de este documento, fue de tres meses, en los cuales se realizó la investigación en las diversas fuentes bibliográficas y electrónicas relacionadas con el tema; se realizó una reunión con el grupo focal de agentes relacionados con el turismo de la localidad para detectar la realidad del sector vista desde sus posiciones particulares y gremiales; se levantaron encuestas y cuestionarios en una muestra ampliada de agentes turísticos estratégicos; se realizaron reuniones de trabajo con las autoridades del sector, tanto municipales y como estatales; se realizaron múltiples sesiones de trabajo de análisis y síntesis con el equipo a cargo del proyecto, para contemplar y discutir las múltiples facetas del objeto de estudio; se coordinaron los esfuerzos para su adecuada captura, formateo y presentación final.

Un agradecimiento especial a las Autoridades de nuestra Institución, por su apoyo y visión en esta importante encomienda.

RESUMEN EJECUTIVO

Acorde a la Nueva Política Nacional Turística presentada el año en curso por el Presidente de la República, la Universidad Autónoma de Yucatán en coordinación con la Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán, elaboró la Agenda de Competitividad Turística del Destino Mérida, con la finalidad de aprovechar el potencial turístico de este destino y conocer su posición mensurable dentro del mapa turístico nacional.

Durante los tres meses en los que se elaboró este documento, se siguió la metodología aportada por la Secretaría de Turismo (SECTUR) con el fin de homologar los procesos en todo el país. Después de amplia investigación de campo, bibliográfica, en sitios de la red, con agentes estratégicos del turismo y funcionarios estatales y municipales, se realizó el respectivo análisis y ponderación de la información recabada, obteniéndose los resultados que a continuación se presentan.

El Índice[1] de Competitividad Turística para el Municipio de Mérida es del 60.50%, y resume la capacidad que tiene el municipio de congregar fortalezas y potencialidades para competir en la actividad turística. Este índice, al estar por encima de la media, posiciona a Mérida como un destino importante y competitivo en el país, este valor podría ser más alto, pero el factor Gestión del destino aparece muy por debajo de la media con un 18.20% del valor ponderado, lo cual disminuye el índice total. Este factor es bajo por diferentes causas: en Mérida no se cuenta con una Instancia que coordine los tres niveles de gobierno, los empresarios y la sociedad civil; no cuenta con una Dirección en Turismo a nivel municipal (cuenta con Subdirección); El presupuesto de 2013 asignado a turismo por el Ayuntamiento fue de menos del 1 % del total; no cuenta con un Comité de turismo sustentable, ni con estudios que midan el nivel de insatisfacción del turista con el comercio ambulante o la asistencia de la sociedad en eventos de turismo, entre otros.

INDICE DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURISTICO MÉRIDA		60.50%
FACTORES DE COMPETITIVIDAD	Oferta Turística	76.40%
	Seguridad Patrimonial y Física	69.10%
	Accesibilidad e Infraestructura	68.70%
	Democratización de la Productividad Turística	62.90%
	Promoción y Comercialización	58.60%
	Sustentabilidad turística	54.20%
	TICs e información al Turista	49.50%
	Formación y Certificación	44.70%
	Gestión del Destino	18.20%

[1] El índice es un promedio ponderado del desempeño que tiene cada uno de los nueve factores que lo integran (elegidos por SECTUR). De acuerdo a la construcción del desempeño de los factores se le asignó un peso que pondera la importancia que tiene en la integración del índice de competitividad.

De acuerdo al análisis FODA de los factores[2] y al examen de las problemáticas en diferentes aspecto relacionados con el turismo existentes en el destino Mérida[3] y a los ejes y lineamientos respecto a las políticas turísticas marcadas en el plano nacional, estatal y municipal, se determinaron los siguientes proyectos a considerarse en los esquemas de inversión pública y privada[4] de los próximos años. De llevarse a cabo estos proyectos, se potenciaría el destino Mérida en los más altos lugares nacionales e internacionales.

- Proyectos estatales con impacto significativo en el destino Mérida (Macro Proyecto de la Región Sur y Corredor Turístico Progreso – Xcambó)
  Museo Gastronómico de Yucatán
  Programa de incentivos para la certificación del Sector Privado
  Museo Pass
  Circuito Barrios y Parques en bicicleta
  Espectáculo Multimedia en el Centro Histórico
  Circuito Turismo en Comisarías
  Módulos de información interactivos
  Transporte verde
  Sistema de información y coordinación turística
  Programa de Concientización turistico-ambiental
  Programa de incentivos para el ahorro energético

[2] Ver información ampliada y desglosada en el subdiagnóstico de este documento

[3] Perfil Socioeconómico; potencial de los recursos turísticos; Oferta de Hospedaje; Oferta complementaria; Factor Humano (Formación y Certificación); Marco institucional normativo y asociativo; Accesibilidad y movilidad; Infraestructura básica; Protección del territorio y del paisaje; Protección ambiental; Mercados; Promoción y comunicación; Comercialización; Tic´s disponibles y utilizadas. Ver Matriz de problemáticas.

[4] Ver Matriz de proyectos y compromisos

OBJETIVOS de la Agenda de Competitividad Turística del Destino Mérida

El objetivo general del estudio

Evaluar la capacidad del destino turístico para atraer viajeros e inversión en infraestructura y equipamiento turístico, que impacte en la llegada de visitantes, incremente la ocupación y el gasto promedio, y permita generar beneficios reales para las comunidades locales, las empresas y los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio natural.

Los Objetivos Específicos del estudio

a) Conocer, analizar y enunciar el comportamiento de la competitividad del destino Mérida en términos mensurables para poder controlar y contrastar dicho comportamiento entre los demás destinos elegidos en el país.

b) Promover el desarrollo turístico local sustentable.

c) Desarrollar un diagnóstico de la situación turística del destino con base en indicadores y criterios definidos.

d) Efectuar un análisis de la competitividad local, generando una agenda de compromisos.

e) Generar una propuesta de acciones consensadas basadas en criterios e indicadores de competitividad que respondan a la problemática local.

f) Efectuar una cartera de proyectos a considerarse para ser financiados.

g) Definir responsables, instrumentos institucionales, calendarios, para el desarrollo de la agenda de competitividad y sus diferentes proyectos promovidos.

h) Integrar un Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos de la localidad.

i) Desarrollar un instrumento que pueda servir para evaluar avances y así contar con criterios sólidos para canalizar recursos al destino.

j) Generar documento que integre tanto las inquietudes, experiencias y propuestas de las diversas dependencias, los distintos actores de los sectores privado y social del destino, como la información recabada de los diferentes estudios actualizados y relacionados con el sector turístico, que orienten a la adecuada toma de decisiones en los tres niveles de gobierno.

k) Revisar y anexar los Instrumentos de política turística existentes en la localidad.

I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1. PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE MÉRIDA Y EL PAPEL DEL TURISMO[5]

1.1 Localización y población

Mérida fue fundada el 6 de enero de 1542, se localiza en la parte centro norte en el estado de Yucatán, al noroeste de la Península de Yucatán, a menos de 50 kilómetros del Golfo de México, entre los paralelos 20º 45´ y 21º 15´, latitud norte; y los meridianos 89º 30´ y 89º 45´, de longitud oeste. Tiene una superficie de 858.41 kilómetros cuadrados, equivalente a 2.18% de la superficie de todo el estado y a 0.04% del territorio nacional. Limita al norte con Progreso y Chicxulub Pueblo; al sur con Tecoh, Abalá y Timucuy; al este con Conkal, Kanasín y Tixpéhual; y al oeste con Ucú y Umán (Municipio de Mérida, 2009). El municipio, se divide territorialmente en 11 comisarías y 36 subcomisarías[6]. Su población total al censo de 2010 era de 830,732 habitantes.

De acuerdo con Bolio (2000) el crecimiento urbano de Mérida se ha debido a las siguientes circunstancias:

- Topografía y medio natural favorables, sin obstáculos para el crecimiento de la ciudad. "Su condición llana permite que los asentamientos puedan darse, prácticamente, en cualquier sitio y con acceso al agua, ya que en el subsuelo nada más se hace un pozo y hay agua; con agua y techo se puede tener una vivienda" (Abud, entrevista 2009).

- Clima tropical, caluroso y húmedo, que condiciona menores densidades constructivas – aunque esto se ha roto con las nuevas construcciones–. Empleo tradicional del patio en la vivienda y generosidad de espacios abiertos en la ciudad antigua.

- Suelo periférico agrícolamente improductivo –cuando el henequén era buen negocio, Mérida no se expandió tanto–.

[5] Secretaría de Economía Yucatán Nov. 2012

[6] **Comisarías**: Caucel, Cosgaya, Chablekal, Cholul, Dzityá, Dzununcán, Komchén, Molas, Sitpach, Sierra Papacal y San José Tzal. **Subcomisarias**: Chalmuch, Cheumán, Chichí Suárez, Dzibichaltún, Dzidzilché, Dzoyaxché, Hunxectamán, Kikteil, Noc-Ac, Oncán, Opichén, Petac, Sac-Nicté, San Antonio Hool, San Pedro Chimay, San Ignacio Tesip, Santa Cruz Palomeque, Santa María Chi, Santa Gertrudis Copó, Suytunchén, Susulá, Tamanché, Santa María Yaxché, Tahdzibichén, Temozón Norte, Texán Cámara, Tixcuytún, Tixcacal, Tzacalá, Xcanatún, Xcumpich, Xcunyá, Xmatkuil, Yaxché Casares, Yaxnic y Sodzil Norte (Municipio de Mérida, 2009)

- Suelo periférico de tenencia predominantemente ejidal desde la década de los cuarenta. Ocupación y comercialización ilegales hasta 1985. Fuerte especulación con el suelo urbano.

- Manejo inadecuado de una reserva territorial de aproximadamente ocho mil hectáreas. Sobreoferta y acaparamiento elitista del suelo urbano.

- La política de suelo y vivienda se desarrolló al margen de leyes, planes y programas urbanos.

- La industria de la construcción y el negocio de hacer ciudad funcionaron en los setenta y ochenta del siglo XX como válvulas de escape para la crisis final de la industria henequenera, al constituirse en la más importante fuente de empleo y en la segunda rama de inversión pública y privada.

- Las oportunidades de inversión atractiva en los sectores agropecuario y manufacturero de Yucatán son escasas. La economía metropolitana de Mérida es la más rentable y dinámica para la inversión de capital.

- La proliferación del automóvil, el desarrollo del transporte urbano motorizado y los subsidios a los combustibles hasta 1982 propiciaron la extensión de la ciudad y la construcción de fraccionamientos campestres distantes.

- La relación histórica ciudad-puerto (Progreso) y la polarización socioeconómica y espacial dela estructura urbana han promovido un mayor crecimiento hacia el norte de la ciudad.

- La Ley Agraria de 1993 del régimen salinista facilitó, aún más, la incorporación del suelo ejidal al mercado formal del suelo urbano.

- El contexto actual de globalización favorece el dinamismo económico de Mérida. En consecuencia, una fuerte migración a la ciudad de grupos de alto y mediano ingreso reactiva el mercado de la vivienda.

- La inexistencia de una estrategia unificada y coordinada entre los tres ámbitos de gobierno federal, estatal y municipal– para la regulación del crecimiento urbano y el ordenamiento efectivo de los usos del suelo.

1.2 Actividades económicas

La ciudad de Mérida es la principal consumidora de los productos del campo yucateco y produce importantes insumos a través de sus principales empresas tales como Cementos Maya, Productos de Harina, Optivosa, Grupo Bepensa, Grupo Porcícola Mexicano, Proveedora del Panadero, Autotal, Multisur, Sumasa, Airtemp de México, Monty Industries, Bachoco, Ormex, quienes junto con muchos otros empresarios de diferentes giros se agrupan y organizan en las siguientes Cámaras Empresariales: CANACINTRA, CANACO-SERVYTUR, Cámara Mexicana de la

Industria de la Construcción (CMIC), Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CANAINVES), CANIRAC, Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX).

En Mérida se encuentran la mayoría de centros operativos de la producción estatal, la cual al año 2011 registro las siguientes exportaciones: Miel de abeja, textiles, pulpo, pescado, alfombras de henequén, hamacas, artículos de plástico, galletas, ladrillos de piedra cantera, grava, joyería y aparatos de ortodoncia.
La ciudad contiene la mayor parte de la productividad laboral superior al promedio nacional en: equipo médico (octavo lugar en productividad a nivel nacional), servicios de investigación y desarrollo (ocupa el quinto lugar) y fabricación de equipo eléctrico y electrónico ocupa el doceavo lugar a nivel nacional, según el censo económico INEGI de 2010.

1.3 Vocación regional y el papel del turismo

Mérida ejerce una influencia regional debido a su concentración espacial de la economía y de la población de la entidad en la ciudad y su conurbación.
En la actualidad Mérida se integra regionalmente, articulándose en dirección a los diferentes puntos cardinales de la siguiente manera: El norte sirve como eje de integración con el puerto de altura y comunica a la ciudad con el litoral de playas y con las poblaciones pesqueras. El sureste comunica a la ciudad con la región sur del estado, la capital y el sur de Quintana Roo; también la integra a diferentes enclaves y circuitos turísticos. El suroeste comunica por tierra a la ciudad con el centro del país y con Centroamérica; aloja al aeropuerto internacional. El este integra a la ciudad con Cancún, la Riviera Maya y el Caribe.

En cuanto a las comunicaciones, Mérida y la zona metropolitana cuentan con una eficiente red carretera hacia el resto del estado y la región. Sin embargo, el transporte urbano requiere una reestructuración para ser más eficiente, lo cual es señalado por el sector turístico. Se cuenta con dos aeropuertos, uno de ellos internacional, cuyas capacidades no han sido totalmente detonadas.

Los análisis realizados con base en criterios de competitividad nacional e internacional[7], identificaron dos sectores estratégicos en el estado de Yucatán: servicios logísticos y servicios turísticos que se hacen presentes principalmente en la ciudad de Mérida cubriendo esta el 69.5% de dichos servicios de entre otras cosas, por su posición como principal nodo urbano, sociopolítico y cultural, por su ubicación geopolítica, su cercanía con el puerto y su adecuada infraestructura carretera y aeroportuaria.

En la última década se ha pronunciado la migración de personas provenientes del exterior, principalmente de Canadá y Estados Unidos, quienes se han asentado en el centro histórico meridano, donde invierten su capital en edificios con valor arquitectónico e histórico y los han remodelado para vivienda de alta calidad o para

[7] Secretaría de Economía Yucatán Nov. 2012

centros de trabajo y servicios. Los cambios en la ciudad han favorecido la vinculación con la economía mundial, a través de actividades como el turismo y el desarrollo de un moderno aparato comercial y de servicios. Mérida ocupa el primer lugar en cuanto a su contribución económica al sector turismo de la Zona Metropolitana; el comportamiento de este sector ha sido un incremento tanto en números absolutos como en la participación porcentual dentro de los servicios del municipio; representando así -para el 2009- casi una cuarta parte de las unidades económicas, el 12.44% de la producción bruta total y el 10.52% del valor agregado censal bruto[8].

Mérida continúa siendo hoy la ciudad más importante de la península de Yucatán, la que atrae a nuevos pobladores en busca de oportunidades de educación, empleo, ingresos y atención a la salud pero también la que interesa a más turistas quienes encuentran en la ciudad los atractores culturales y de servicios que buscan.

2. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL POTENCIAL DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

La capacidad de generar riqueza y bienestar ha convertido al turismo en una actividad económica estratégica toda vez que brinda fuentes de trabajo, atrae divisas y fomenta el crecimiento de las regiones. La actividad turística se desarrolla a partir de los destinos turísticos, los cuales pueden definirse desde diversos puntos de vista.

En esencia el destino turístico es el "espacio donde el turista pasa como mínimo una noche que incluye el consumo de productos tales como servicios básicos y suplementarios. El destino tiene fronteras físicas y administrativas, con una gestión propia definida, que en su imagen y perceptibilidad define su competitividad en el mercado."[9] También, un destino turístico puede entenderse como un sistema de relaciones, más que un conjunto de componentes (instalaciones y atractivos). Este modo de abordar el estudio de los destinos turísticos permite identificarlos no como una realidad preexistente -producto o territorio- sino como elementos relacionados que en su dinámica generan una imagen percibida por los visitantes.[10] En este sentido, generar destinos turísticos competitivos es un factor fundamental para detonar en toda su amplitud el aprovechamiento sustentable de los recursos de una región y de este modo diversificar y ampliar las posibilidades de desarrollo de sus habitantes.

El destino Mérida está constituido, en términos geográficos por los límites de la jurisdicción municipal y en términos turísticos está dotado de un amplio conjunto de atractivos y recursos naturales que en complemento con un sólido legado arqueológico, histórico, arquitectónico, cultural y gastronómico se erige como un destino orientado en primer lugar al turismo cultural pero que también tiene gran

---

[8] INEGI, censos económicos 2009

[9] OMT (2002) Themis Publication. *Destination Management*, tedQual nº 5. Número monográfico dedicado a la investigación sobre el destino turístico y su gestión. Madrid, España.

[10] Bigné, E. et al (2001), *Marketing de Destinos Turísticos*, ESIC Editorial, Madrid. España, p. 190.

aceptación en los segmentos de turismo de negocios y convenciones y turismo gastronómico.

Desde el año 2000 Mérida fue punta de lanza en el desarrollo de los destinos culturales al ser la primera ciudad nombrada Capital Americana de la Cultura por virtud de su vocación y el impulso y orientación otorgados a las actividades culturales. También ha sido sede de eventos científicos de alto nivel como son la Olimpiada Internacional de Matemáticas en 2005, la Olimpiada Internacional de Informática en 2006, la Olimpiada Internacional de Física en 2009 y las Jornadas Iberoamericanas de Ingeniería de Software en 2010. Si bien su posicionamiento como destino cultural es claro la evaluación de sus recursos y su infraestructura permite distinguir que cuenta con elementos potenciales que con una adecuada planificación lograrían insertar con éxito el destino Mérida en los segmentos de turismo de rural o de naturaleza y en el segmento del turismo de salud.

2.1 Recursos y atractivos turísticos potenciales del destino Mérida

Los recursos turísticos de Mérida son diversos y constituyen en buena parte el patrimonio natural y cultural del estado, sobre todo los arqueológicos e históricos que son legado de la cultura maya. La ciudad actual, fundada en enero de 1542 por Francisco de Montejo se encuentra sobre los basamentos de Tihó, centro poblacional prehispánico cuya antigüedad se remonta al período 2500-2000 a.C, denominado el Preclásico maya. De este modo en Mérida conviven la modernidad y los vestigios históricos de la época colonial y de la época prehispánica.[11]

Debido a las características del destino Mérida podemos afirmar que sus principales atractivos son culturales y de naturaleza tales como edificios y monumentos históricos y de tipo colonial: museos, haciendas, iglesias, conventos, lo mismo que reservas y áreas naturales que comprenden la selva y los montes que circundan la ciudad incluyendo sus cenotes y grutas subterráneas. Estos recursos se combinan con el clima, la flora y la fauna que lo distinguen como un destino con vocación potencial para desarrollar el turismo de naturaleza y para la práctica de actividades como senderismo, observación de la flora y fauna endémica, circuitos en bicicleta o a caballo e incluso para la exploración y la investigación científica.

La ciudad de Mérida reviste importancia no sólo como capital del estado que concentra alrededor del 43% de la población total, sino también en el ámbito regional es una de las ciudades más importantes del sureste del país pues concentra las fuentes económicas de mayor actividad y un amplio abanico de servicios financieros, educativos y de salud. Las potencialidades turísticas del destino Mérida también comprenden el conjunto de recursos arqueológicos, históricos, naturales y culturales que permanecen en las 11 comisarías, 36 subcomisarias y demás localidades que forman parte de la jurisdicción municipal.

[11] Quezada, Sergio, *Breve Historia de Yucatán*, El Colegio de México, FCE, 2001, pp. 22, 35.

Toda esta riqueza cultural y natural es susceptible de transformarse en productos turísticos completos que pueden enriquecer la oferta turística de destino Mérida en función de los diversos segmentos en los que sería conveniente insertarse a partir de una adecuada planeación que tome en cuenta la capacidad de atracción, accesibilidad y capacidad de carga.

A continuación presentamos un cuadro que contiene los recursos potenciales identificados, el segmento turístico al que pertenecen para ofrecerse como un producto que se integre a la oferta turística del destino.

Segmento turístico	Recurso	Productos a desarrollar
Turismo gastronómico	Tradiciones culinarias	Museo gastronómico
Turismo rural	Alrededores de las Comisarías y subcomisarías	Circuitos en bicicleta, visitas, etc.
Turismo de negocios y convenciones	Infraestructura en hospedaje y para negocios y convenciones	Atraer más eventos de este tipo
Turismo de salud	Hospitales de alto nivel privados y públicos	Paquetes de servicios de salud con hospedaje
Turismo cultural	Iglesias, conventos y asentamientos históricos de las comisarías	Visitas guiadas

3. EVALUACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA DE LA OFERTA DE HOSPEDAJE DEL DESTINO

La oferta turística de Yucatán se concentra en el ámbito del Turismo Cultural y existe una amplia posibilidad de desarrollo de un destino sólido y competitivo. Existen ventajas comparativas y competitivas claras como es el número de monumentos, museos, zonas arqueológicas y demás atractivos históricos. Por otro lado la oferta turística básica también tiene una base sólida al contar con un número de habitaciones amplio y distribuido en las diversas categorías hoteleras.

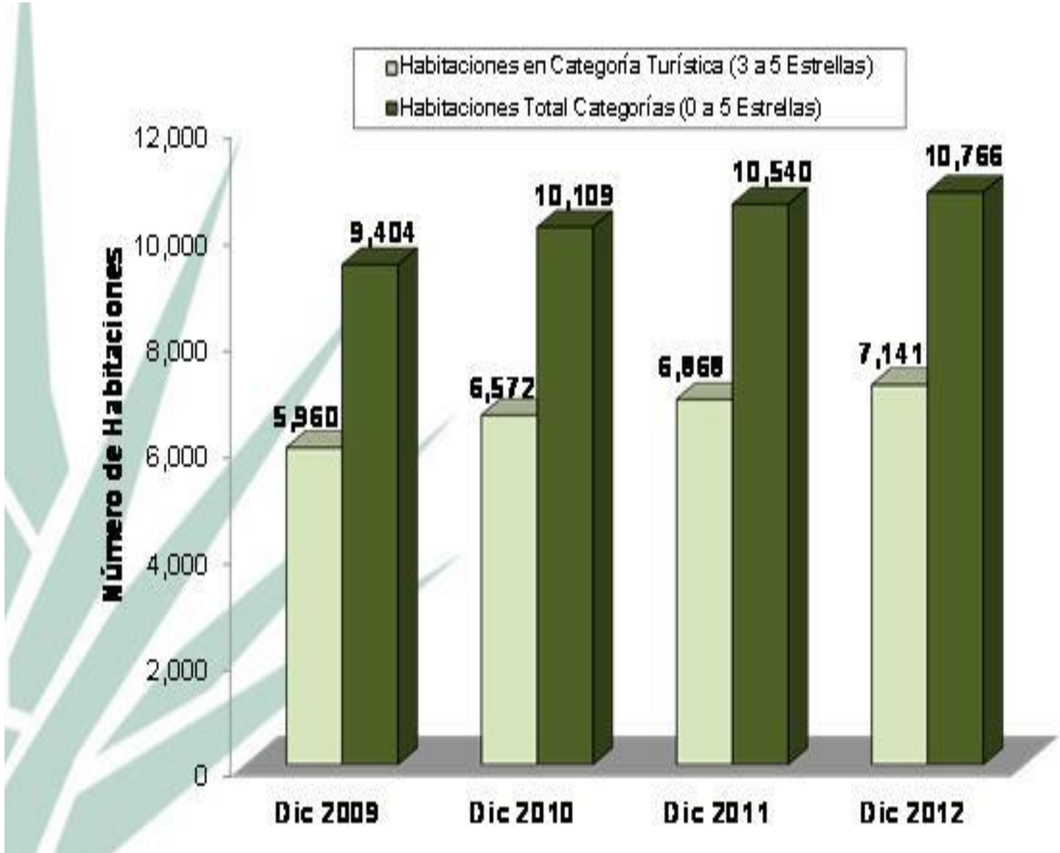
Los puntos a desarrollar claramente son la Promoción y publicidad del destino, la creación de rutas y circuitos y generar eventos que atraigan al turismo para incrementar el gasto por día y la estadía. Finalmente es necesario recordar que si bien Yucatán es publicitado como un destino turístico, es importante distinguir que la mayor concentración de los servicios turísticos se encuentra en Mérida (63.4) y por tanto dicha concentración de oferta en ámbitos de hospedaje, restaurantes, guías de turistas, agencias de viajes, tiendas de artesanías y arrendadoras de vehículos debe tener una adecuada planeación para permitir que el destino evolucione y se encamine a su consolidación y no corra el riesgo de convertirse en un mercado saturado donde la sobre oferta de servicios genere el riesgo de colapso.



Fuente: Inventario de Servicios Turísticos del Estado de Yucatán (InvenTur) 2012

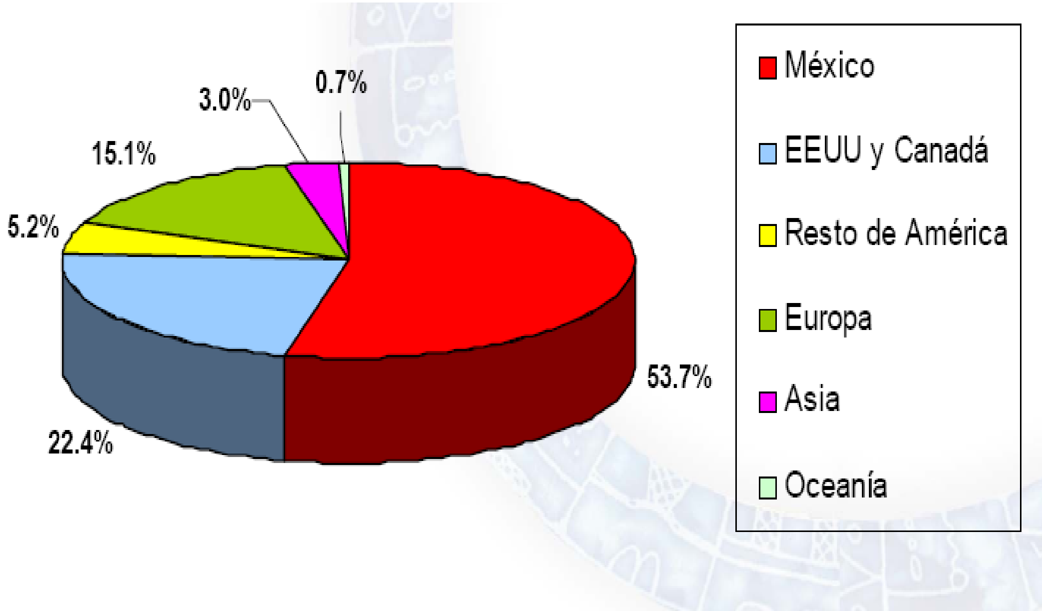
3.1 Evolución de la oferta de hospedaje del destino Mérida, perfil del visitante y niveles de satisfacción.

La capacidad de la oferta de hospedaje instalada en Mérida permite establecer un parámetro sobre el crecimiento y su participación en el mercado turístico nacional y en especial en la región sureste. En el período 2009- 2012 la planta turística de hospedaje ha mostrado un crecimiento de 14.48%, es decir la oferta total se incrementó de 9,404 a 10,766 habitaciones lo cual significa la creación de 1,362 nuevas habitaciones. Es importante destacar que del total de las habitaciones disponibles en el Estado durante diciembre de 2012, el 66.3% se ubica en la categoría de 3 a 5 estrellas.



Fuente: Inventario de Servicios Turísticos del Estado de Yucatán (InvenTur).

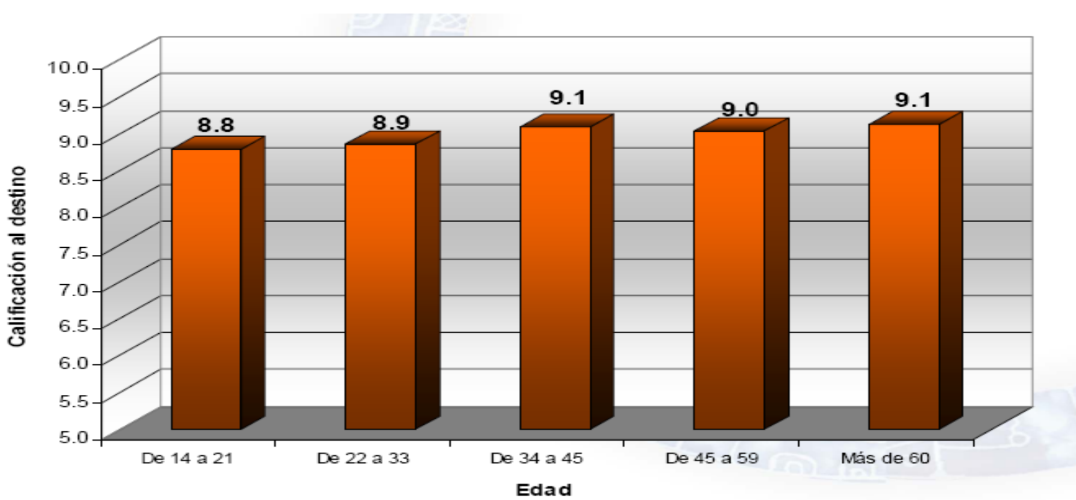
En lo referente a la procedencia de los visitantes hospedados en hoteles de categoría turística en la ciudad de Mérida la información recabada mediante encuestas indica que la mayoría provienen de procedencia nacional. Por su parte los turistas internacionales destacan los visitantes provenientes de Estados Unidos y Canadá, así como de Europa (principalmente Francia, Italia, España y Gran Bretaña).



Fuente: *Encuesta anual al Turista 2005*, Yucatán

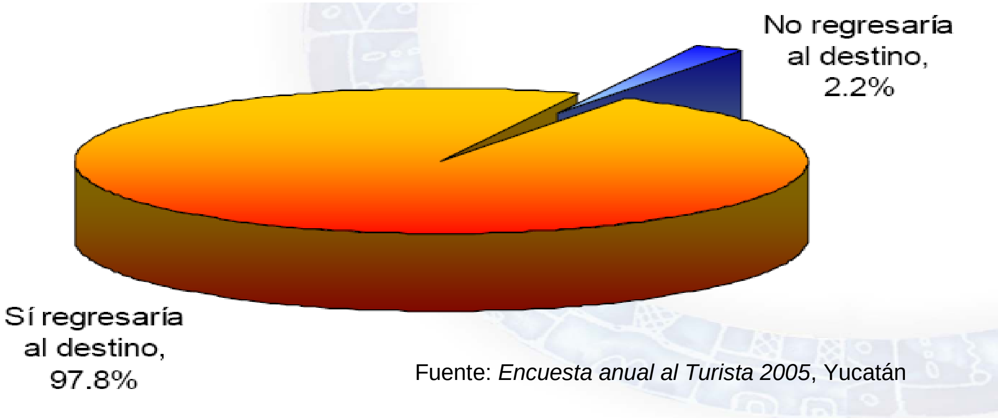
Respecto a la calificación del destino, la percepción de los visitantes, medida en una escala de 1 a 10 puntos, donde 10 es la puntuación máxima posible, arrojó que los visitantes hospedados en hoteles de categoría turística de la ciudad de Mérida otorgaron una calificación promedio de 9. Dicha apreciación no varía demasiado, según el rango de edad del visitante. De igual forma, la buena percepción del destino se refleja en que la mayoría de los visitantes hospedados en hoteles de categoría turística de la ciudad de Mérida manifestaron su intención de regresar al destino.

Calificación del visitante al destino Mérida



Fuente: *Encuesta anual al Turista 2005*, Yucatán

Intención del visitante de regresar al destino Mérida



4. ESPECIFICACIÓN DE LA EDIFICACIÓN COMPLEMENTARIA

Se entiende como oferta complementaria el conjunto de servicios y prestaciones imprescindibles para gozar de una buena experiencia turística en el destino.

La oferta gastronómica, el municipio de Mérida es de 330 establecimientos (Tabla 1) de los cuales 30 son cafeterías, cinco heladerías, 83 restaurarte-bar y 212 restaurantes.

Tabla 1. Establecimientos de oferta gastronómica	
Servicios disponibles	**SUMA**
Cafetería	30
Heladería/Repostería	5
Restaurant-Bar	83
Restaurante	212
TOTAL	**330**

Fuente: www.inventur.yucatan.gob.mx

Los restaurantes son de diversas especialidades y existen en la plaza 57 de comida mexicana, cuatro de libanesa, nueve de italiana, uno de francesa, dos de española, uno de argentina, uno de china, uno de japonesa, tres de cubana, 33 de yucateca, 12 de vegetariana, siete de dietética, 35 de carnes, 16 de mariscos y 30 de tacos (tabla 2). Con esta diversidad se cubren los gustos de los visitantes.

Tabla 2. Restaurantes por especialidad y Distintivos H y M			
ESPECIALIDAD	**SUMA**	**D-H**	**D-M**
Mexicana	57	0	0
Libanesa	4	0	0
Italiana	9	0	0
Francesa	1	0	0
Española	2	1	0
Argentina	1	1	0
China	1	0	0

Japonesa	1	0	0
Cubana	3	1	0
Yucateca	33	5	5
Vegetariana	12	1	0
Dietética	7	1	0
Carnes	35	5	4
Mariscos	16	4	3
Tacos	30	1	4
TOTAL	**212**	**20**	**16**

Fuente: www.inventur.yucatan.gob.mx

Es importante destacar que contamos con 20 establecimientos con distintivo H y 16 con distintivo M.

De las empresas turísticas registradas para dedicarse a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios y a la elaboración y venta de productos turísticos hay en la ciudad de Mérida 52 agencias de viajes mayoristas y 145 agencias de viajes.

Existen tres oficinas de información turística y cinco módulos distribuidos en los lugares de mayor afluencia de turista con personal calificado y bilingüe (español-inglés).

Hay un Centro de Convenciones con una superficie total de 84,000 m2 y una superficie techada de 20,900 m2 para exposiciones.

Existen 17servicios especializados de transporte turístico terrestre ocho líneas de autobuses, de camionetas y seis de taxis.

El equipamiento de salud está integrado por 113 inmuebles públicos y privados para la prestación de servicios médicos de atención general y específica con atención de primer contacto, medicina especializada y hospitalización. Este equipamiento y los servicios correspondientes son factores determinantes del bienestar social y garantía para los visitantes en cualquier eventualidad medica en su viaje.

Hay 33 sucursales bancarias que respaldan a la ciudad para cubrir cualquier requerimiento de divisas que requiera el turista durante su viaje.

Mérida cuenta con 12 plazas comerciales que son un atractivo regional para las compras que se ve respaldado por 80 locales especializados en artesanías.

5. EL FACTOR HUMANO

Desde tiempos remotos, el yucateco, se ha caracterizado por su hospitalidad, esa calidez que ofrece a las personas que llegan de otro lugar, ya sea turistas nacionales o extranjeros, se ha notado por siempre. Puesto que el turista mismo se lleva un escenario maravilloso del trato amable que recibió en Mérida y lo comunica a los demás.

Esa atención que se ofrece a las personas que llegan de otros lugares, se puede decir que es en forma desinteresada, y se observa en el día a día en el centro histórico de la Ciudad de Mérida.

El yucateco siempre trata de ayudar a los demás como se puede apreciar cuando ayuda a un anciano a cruzar la calle, sin esperar recompensa por ello.
Cuando un turista pregunta alguna dirección, quiere trasladarse o bien quiere saber la ubicación de algún lugar, sencillamente se le ofrece la información que desea, a dónde puede acudir y hasta a veces se le acompaña a donde tiene que ir, si se encuentra cerca de donde estamos.

El yucateco por su naturaleza trata bien a las personas necesitadas de “algo” que se puede traducir en apoyo, transporte, informes, direcciones, etc.
Este escenario de buen trato, amabilidad y hospitalidad al turista, se ha reconocido. Para la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Yucatán es un emblema de hospitalidad, paz y armonía, que a través de su legado histórico es reconocido en América Latina como un destino de respeto.

Pero no sólo debe quedarse en actitudes y sensibilidades de la población, sino que existe la necesidad de que se capacite a los recursos humanos de los diversos subsectores vinculados al turismo. Con la finalidad de incrementar la llegada de visitantes y tener una mejor competitividad con los destinos turísticos.
El talento humano en el sector servicios, específicamente en el turismo, constituyen hoy día el principal elemento para la prestación del servicio y forman parte de la población que debe estar formada y capacitada para entender y resolver las necesidades de las personas que se trasladan de su lugar de residencia hacia el lugar de visita, es decir, el turista. El desarrollo del talento humano en sus diferentes formas, ya sea de formación, capacitación o adiestramiento son vitales para el crecimiento de la actividad turística en cualquier parte, por cuanto de ellos depende su consolidación en el tiempo o su desaparición, ya que conforman la fuerza creadora y se debe prestar especial atención hacia aquellas comunidades que tengan vocación de servicio, por cuanto se inserción en las diferentes empresas turísticas estarán acordes con los diferentes tipos de servicios que se generan en el sector turismo.

Por lo tanto, la formación consiste en modificar o desarrollar competencias mediante la experiencia o el estudio, aplicando un esfuerzo sistemático y planificado con el fin de llegar a conseguir una determinada capacitación, la cual es entendida como dotar de destrezas y habilidades practicas a las personas en aquellas áreas específicas del quehacer diario, y por competencias se entiende la combinación de conocimientos, habilidades y actitudes que se requieren para desarrollar una determinada función de manera adecuada. Por tanto, formar un empleado implica modificar o ampliar sus conocimientos, lo que le permitirá saber hacer ciertas tareas, desarrollar habilidades para poder hacerlas, o tener actitudes relacionadas con el comportamiento y la motivación, y el querer hacerlas.

Autoridades de los tres órdenes de gobierno y del ramo hotelero inauguraron el Instituto de Capacitación Turística de Yucatán de la Asociación Mexicana de Hoteles en Yucatán A.C que permitirá a los trabajadores del sector, adquirir, desarrollar y reafirmar sus conocimientos, así como elevar los estándares de calidad de los servicios turísticos del Estado.

Se firmó un convenio de colaboración con la Secretaría de Trabajo y Previsión Social y la delegación federal homónima una prueba piloto de 15 cursos de capacitación turística para 255 personas las cuales resultaron un éxito al tener una gran respuesta.

6. MARCO INSTITUCIONAL, NORMATIVO Y ASOCIATIVO

A pesar de que el destino Mérida cuenta con una administración local de turismo, esta se encuentra a nivel de subdirección y no de una dirección (ver Figura XX). Lo anterior explica el bajo presupuesto asignado a Turismo en el Ayuntamiento actual (menos del 1% del presupuesto anual).

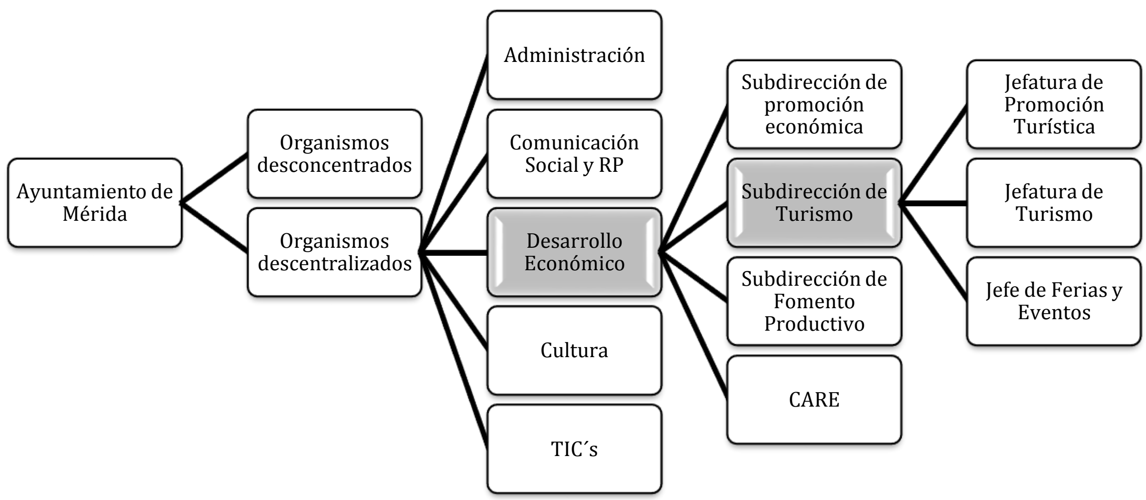


Figura XX. Organigrama del Ayuntamiento de Mérida 2012-1015.

Una de las Líneas de Acción del Eje VII del Plan Municipal de Desarrollo Económico 2012-2015 del Ayuntamiento de Mérida propone la creación de la Dirección de Turismo Municipal, lo que hace pensar que las autoridades ven al turismo como un potencial motor de desarrollo.

Analizando el Plan Municipal de Desarrollo Económico 2012-2015, se encuentra que este coincide parcialmente con la Nueva Política Nacional Turística.

En cuanto a la planificación, el destino ha elaborado dos programas: el Programa de Turismo Municipal y el Programa de Ferias y Eventos. Sin embargo, ambos programas no han sido publicados en el Diario Oficial de Yucatán, por lo que aún no tienen validez. Es notoria la ausencia de un plan estratégico de turismo y que el

alcance de los programas se limita al período de tiempo de la administración municipal en turno.

No existe una instancia legalmente establecida que coordine los esfuerzos en materia turística de los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios.

Si bien es cierto que las administraciones locales y estatales de turismo se coordinan en ciertos rubros que benefician tanto al municipio como al estado (promoción del destino Yucatán en ferias y eventos o generación de campañas), la realidad es que el nivel de involucramiento de las dependencias varía en función de la filiación partidista de las autoridades en turno. Es decir, existe más cooperación cuando los gobiernos municipales y estatales emanan del mismo partido que cuando son de partidos diferentes.

Se identificó que un Comité Municipal de Turismo es propuesto en el Eje VI del Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015. Este Comité estaría conformado por integrantes del sector público y privado con el objeto de establecer un plan consensuado de trabajo y toma de decisiones en materia turística. Es preocupante que no se contemple a la sociedad civil como parte importante de la toma de decisiones en turismo en el destino.

Yucatán cuenta desde julio del 2011 con la « Ley para el Fomento y Desarrollo del Turismo en Yucatán » que se alineó con el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2012. Sin embargo, está Ley no cuenta aún con reglamento. Mérida como Municipio aplica las normas y leyes vigentes en materia turística a nivel estatal y federal.

7. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

Es la identificación de puertas y canales de acceso, terrestre, aéreo y marítimo con respecto a los mercados potenciales, se destaca la conexión de Mérida con el exterior y la conectividad interna para asegurar una óptima distribución de flujos.

La ciudad de Mérida, tiene gran importancia dentro del contexto regional, debido a que es un centro económico y proveedor de servicios, cuya capacidad trasciende al ámbito peninsular.

7.1 Terrestre

Tiene un sistema vial jerarquizado en vialidades regionales, que comunican los extremos de la ciudad y son los puntos que sirven de entrada y salida a través del sistema carretero. Son vialidades que facilitan el movimiento de grandes volúmenes de tránsito

Su conexión con la zona Norte, es un eje vial, el tramo Mérida – Progreso. En la zona Noreste el tramo Mérida-Motul para conexión con el Municipio de Conkalal Este se ubica el eje carretero que une al Municipio con Tixpéhual. Para el Sureste, la vía

Mérida Kanasín y la entrada a Mérida desde Quintana Roo. Al sur poniente la carretera Mérida-Umán que es la conexión terrestre con el centro del país. Al poniente está el eje carretero Mérida-Ucú (plano 1).

Como parte del sistema vial Regional, la ciudad se encuentra conectada por la vialidad Anillo Periférico, que cuenta con 46 km de longitud, y que rodea a toda la ciudad, facilitando la movilidad de forma externa y conectando los ejes carreteros anteriores.

La ciudad tiene vías de comunicación que conectan la ciudad en sus extremos, y permite la movilidad motorizada por vialidades clasificadas en primarias, colectoras, colectoras locales, avenidas y calles.

7.2 Aérea

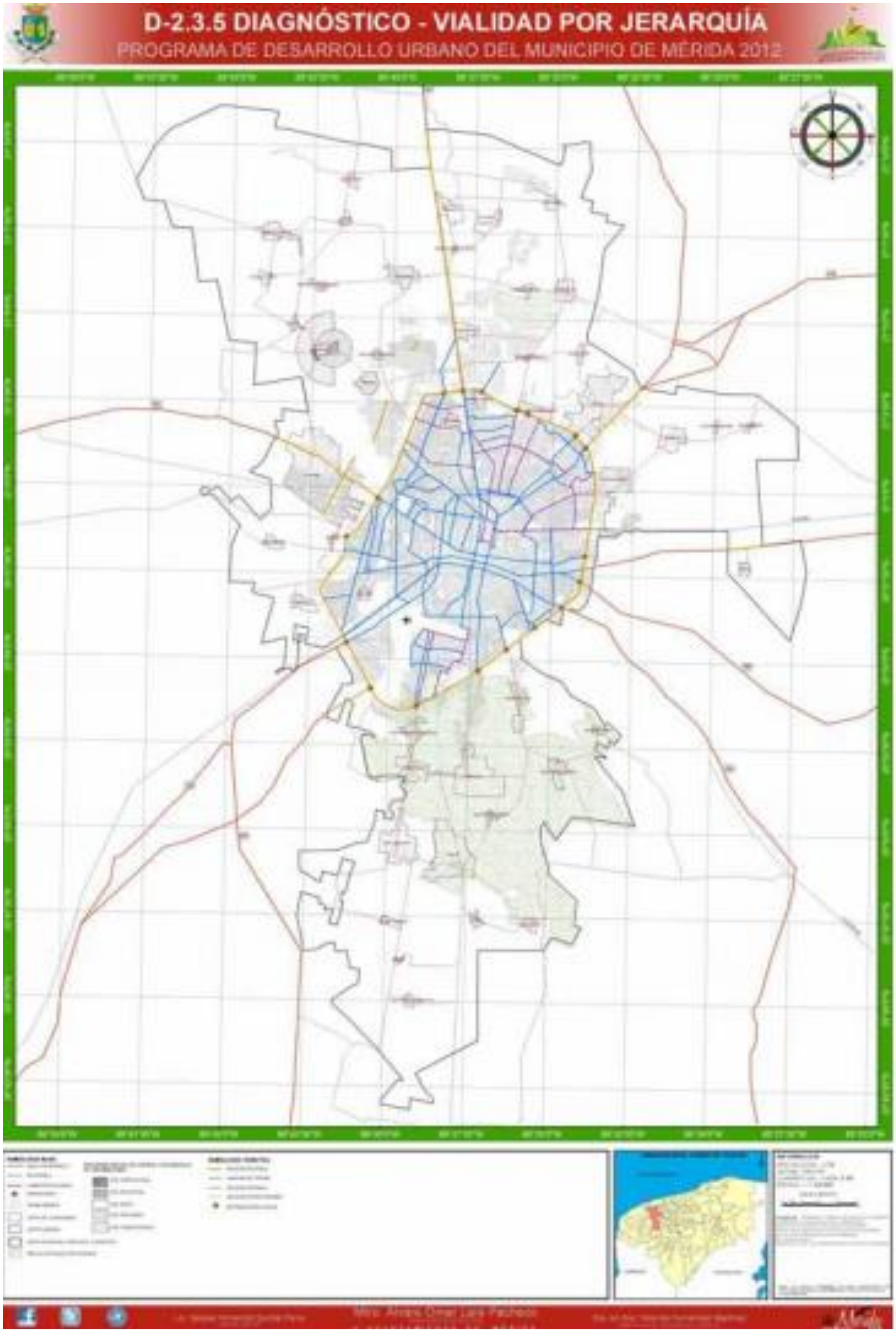
Existe en la ciudad un aeropuerto internacional considerado como el segundo más grande de la empresa que lo administra, por la cantidad de pasajeros que manejan.
Tiene conexión con ocho destinos nacionales (DF, Villahermosa, Tampico, Veracruz, Guadalajara, Monterrey y Cancún) y tres internacionales (Miami y Houston –USA y La Habana); tiene un promedio semanal de arribo de 129 vuelos domésticos o destinos nacionales y 7 internacionales y un promedio semanal de 16,211 asientos disponibles.

Las líneas aéreas que vuelan al destino son Aeroméxico, Interjet, Magnicharters, MAYAir, Neos Air, United Airlines, Volaris y Viva Aerobus.

7.3 Marítima

Si bien el municipio de Mérida no tiene litoral marino, si tiene una conexión directa y con el puerto yucateco más impórtate en el cual se hacen muchas operaciones de intercambio mercantil pero también sirve como arribo de turistas extranjeros a la península.

Progreso de Castro es el principal puerto del estado de Yucatán, se localiza en el Golfo de México, es una localidad con la categoría de ciudad ubicada al norte de Mérida a 36 km de distancia. Es base de una importante industria pesquera y se ha consolidado a partir de la construcción del *Puerto de Altura*, es una instalación marítima consistente en un viaducto que se interna mar 6.5 Km para ganar profundidad y permitir el atracado de naves hasta de un calado de 34 pies, como un centro estratégico para la logística de exportadores e importadores de la Península
Progreso es la playa más cercana a Mérida, es una barra de profundas laderas tendidas y salinas con abundantes lomeríos. La fauna más característica de la zona son las tortugas de tierra, las aves chachalacas, las lagartijas, las codornices, los pelícanos, las gaviotas, los tzutzuy y una enorme variedad de peces.


D-2.3.5 DIAGNÓSTICO - VIALIDAD POR JERARQUÍA
PROGRAMA DE DESARROLLO URBANO DEL MUNICIPIO DE MÉRIDA 2012

8. INFRAESTRUCTURAS BÁSICAS

En el entorno turístico que vivimos en el día a día, en nuestro Municipio de Mérida contamos con la fortaleza de un alto grado de seguridad como lo indican las encuestas y estudios realizados.

Mérida es una ciudad con bajo índice de delincuencia, de incidencia delictiva, con cero robos a Instituciones bancarias, con cero secuestros.
Se puede caminar tranquilamente por sus calles de la ciudad, sabiendo que estamos bajo la vigilancia de la policía.

Actualmente las vialidades del municipio de Mérida son patrulladas por elementos de dos corporaciones policíacas. La seguridad del primer cuadro está a cargo principalmente de la Policía Municipal de Mérida bajo el mandato del Ayuntamiento, toda la zona fuera del primer cuadro es vigilada por elementos de la Secretaría de Seguridad Pública la cual es operada por el Gobierno del Estado.

Se cuenta con la Policía Turística, que asiste a los visitantes del Centro Histórico, proporciona información de interés turístico de Mérida, ayuda en caso de un hecho delictivo o accidente de cualquier índole, brindan apoyo en caso de cualquier emergencia.

Mérida produce más de 700 toneladas diarias de Residuos Sólidos Urbanos, los cuales son dispuestos en el relleno sanitario que se encuentra a punto de llegar a su saturación, cubriendo un 100% de cobertura en el municipio.

La subdirección de Ecología y Residuos Sólidos ya solicitó a la empresa de Servicios de Tecnología Ambiental S.A (Setasa) la apertura de la segunda etapa del relleno sanitario, es decir la nueva celda comenzará a recibir la basura de la ciudad a principios de junio.

El subdirector de Ecología municipal, manifestó que la celda actual ya está en condiciones para clausurarse, pues el crecimiento poblacional prácticamente obliga acelerar ese procedimiento.

Explicó que la nueva celda recibirá en promedio diario 750 toneladas de basura con una vida útil de 15 años, pues tiene capacidad para 266 mil.

Actualmente se cuentan con 24 Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) en diversos puntos de la zona conurbada de la ciudad de Mérida.

Mérida cuenta con los servicios básicos como alumbrado público, drenaje, alumbrado público, etc., en buenas condiciones, ofrece al turismo nacional y extranjero una seguridad en servicios y seguridad contra actos delictivos.

9. PROTECCIÓN DEL TERRITORIO Y DEL PAISAJE (NATURAL Y URBANO)

Evaluación de la dinámica y del ordenamiento territorial y urbano y su grado de adecuación al turismo.

El Ordenamiento Ecológico Territorial (OET) del municipio de Mérida es una propuesta de modelo de uso del territorio para favorecer el desarrollo local, el cual ha sido pensado considerando un universo temporal de 15 años. Se ha generado con la finalidad de lograr una racionalidad ecológica sin menoscabo del desarrollo económico-social del Municipio, el cual debe también ser armónico en el contexto regional y estatal.

En este ordenamiento para el municipio de Mérida, se consideraron tres elementos que sirven de estructura básica:

- La localización espacial de la mancha urbana, lo sub-urbano, la distribución actual de las zonas naturales y la localización del patrimonio cultural.
- La ubicación de la industria y los servicios que soportan y generan el desarrollo.
- La dinámica reciente del comportamiento de las variables demográficas y económicas.

El modelo incluye una zonificación generada a partir de las variables analizadas, en donde se consideran las potencialidades y limitaciones según las áreas críticas detectadas; y el sistema de políticas y estrategias de aprovechamiento, protección, conservación y restauración que garanticen la explotación racional y la conservación a mediano y largo plazo de los recursos naturales y humanos del Municipio.

El establecimiento del modelo considera la protección del patrimonio arqueológico cultural y natural, al sugerir a cada unidad del territorio unas formas de uso del suelo y unas políticas de conservación, protección, aprovechamiento y restauración.

La definición del escenario deseado pretende alcanzar, de manera pragmática las metas que a continuación se enlistan:

- La conservación y protección del patrimonio biológico y cultural del Municipio.
- La recuperación de la calidad del acuífero y su protección.
- El mejoramiento de las condiciones sociales, con base en el fortalecimiento de las actividades económicas sustentables.
- El desarrollo municipal armónico en lo regional y estatal.

De esta manera al contar el municipio con elementos que promuevan la regulación de la mancha urbana, el mantenimiento y conservación de las áreas verdes como Cuxtal, el parque metropolitano y los parque urbanos y las áreas forestadas en las comisarías aledañas al municipio, así como todo el mantenimiento del patrimonio cultural contenido en el municipio, este esfuerzo por si sería capaz de garantiza que la oferta turística pueda presentarse con mejor posibilidad de ser aceptada por un mercado turístico cada día más exigente y competido.

Lo importante de esta situación de oportunidad es saber amalgamar los intereses de crecimiento urbano y el cuidado de los atractivos culturales y naturales del municipio, especialmente en lo que se refiere a patrimonio cultural.

Mérida se presenta cada vez con mayor fuerza como un sitio con potencial turístico, su infraestructura y planta turística ofrecen al turista una estadía agradable y placentera. Día a día el interés por construir una oferta turística de calidad y seguridad se va viendo, aquí lo importante es garantizar que este crecimiento turístico pueda darse de manera gradual, progresiva e incluyente y que esto garantice un desarrollo turístico equilibrado en beneficio de los habitantes del municipio y de la actividad turística misma.

10. IDENTIFICACIÓN DE ÁREAS SENSIBLES DE PROTECCIÓN AMBIENTAL Y PAISAJÍSTICA, así como de las limitaciones y condicionantes, para su aprovechamiento turístico.

La principal área en importancia ambiental en el municipio de Mérida es la Reserva Ecológica Cuxtal fue decretada el 28 de junio de 1993 con una zona sujeta a conservación ecológica con una extensión de 10,757 hectáreas (poco más del 10% del territorio municipal). Se localiza en el sur del Municipio de Mérida, entre los 20°47´ y 20° 55´ de latitud norte y los 89°33 y 89°40´ de longitud oeste. Dentro de las cuales se encuentran incluidas dos comisarías (Molas y Dzununcán) así como siete subcomisarías (X'matkuil, Tahdzibichén, San Pedro Chimay, Hunxectamán, San Ignacio Tesip, Dzoyaxché y Santa Cruz Palomeque) de las que destacan siete cascos de hacienda de las mismas.

Dentro de esta extensión se encuentra la primera zona de captación de agua para el suministro de la ciudad (Planta Potabilizadora Mérida 1), que surte el 40% del consumo del líquido a la ciudad.

La vegetación de la reserva es considerada como selva baja caducifolia en diferentes etapas de regeneración; entre la fauna más característica que podemos encontrar están el pizot, el armadillo, el venado cola blanca, del cual existe un criadero en Dzoyaxché, así como reptiles y gran variedad de aves.

Cuxtal, te ofrece visitar los cascos de ex haciendas henequeneras tales como **Tahdzibichén** y **Dzoyaxché.** En la Hacienda de Dzoyaxché se ofrece como parte del producto turístico un paseo en truck, estanque y chapoteadero, ruta ecológica, juegos rústicos, área de acampar y servicios sanitarios, de esta manera el turista efectúa un paseo bastante agradable y representativo de la región ya que visita zonas boscosas, plantíos de henequén y comisarias rusticas y el casco de las haciendas, haciendo de esto todo un recuento del historial y contenido de la región.

La Reserva de Cuxtal cuenta desde el 2004 con un programa de manejo decretado, desafortunadamente y debido a la carencia de los recursos suficientes para implementarlo adecuadamente, no se ha podido desarrollar y esto ha ocasionado

que la presión de las actividades humanas como son; la agricultura, ganadería, aprovechamiento de manera, caza furtiva y el crecimiento de la mancha urbana, contribuyen de manera lenta pero permanente al deterioro de tan importante pulmón de la ciudad.

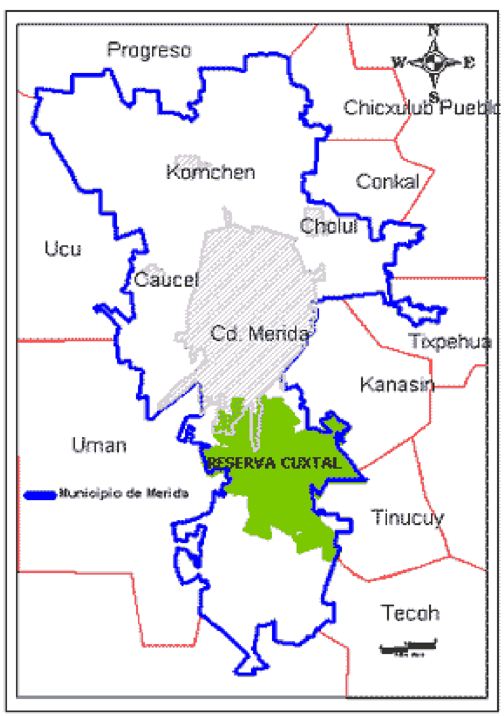
Otro aspecto que resalta es la falta de trabajo de sensibilización y educación ambiental a los pobladores del área y también de los habitantes de todo el municipio, la desinformación contribuye enormemente a desconocer de la importancia del sitio y de la participación de la comunidad local en su conservación y cuidado.

La falta de infraestructura no permite que los turistas puedan considerar el sitio como un sitio de visitación y mucho menos de pernocta. Otro aspecto a resaltar es la falta de una promoción adecuada también disminuye los niveles de visitantes y esto no permite generar fuentes de empleo a los habitantes locales producto del turismo.

Pensamos que se debe de crear una estrategia para generar recursos económicos y así poder desarrollar el plan de manejo y la adecuación de infraestructura para actividades turística.

Cuxtal puede representar en términos de estadía turística un día más para Mérida, lo importante es considerarlo y desarrollarlo ya que el producto turístico representa en potencia algo atractivo y complementario para la oferta general del municipio en su conjunto.

Mapa Municipal



11. MERCADOS ACTUALES Y POTENCIALES

Es evidente que los segmentos de mercado que el destino Mérida satisface mejor son aquellos que buscan la cultura.
De manera general se puede dividir el mercado del turismo cultural en dos vertientes[12] :

- Turistas motivados especialmente por la cultura : aquellos que buscan una aproximación profunda con el patrimonio

- Turistas con interés ocasional en la cultura: aquellos que pertenecen a otros segmentos de mercado (sol y playa, congresos, de naturaleza, visita a familiares y amigos, etc.) y que buscan aproximarse al patrimonio de manera ocasional y con fines recreativos.

Mérida, como urbe colonial ubicada en el sur del país y dentro del Mundo Maya está fuertemente asociada a manifestaciones culturales tanto tangibles (edificios históricos, monumentos, museos, gastronomía) como intangibles (tradiciones, costumbres). La apertura del Gran Museo del Mundo Maya confirma la vocación turística de Mérida y contribuye a su posicionamiento como destino cultural.

11.1 Demanda actual

Se estima que el turismo motivado especialmente por la cultura en México representa el 5.5 % de los viajeros nacionales y el 3% de los internacionales. De los viajeros con interés ocasional en la cultura en México, 53.3 millones son nacionales y 7.3 millones son internacionales (ver Tabla 1)

Es evidente que el segmento de turistas que busca un acercamiento profundo con la cultura es más pequeño (13.04%) que aquel que busca un acercamiento más ocasional (86.9%). El primero tiene la cultura como el principal motivador de su viaje, el segundo tiene la cultura como un elemento que complementa su viaje o estancia.

Tabla 1. Demanda actual del turismo cultural

Segmento	Nacional		Internacional	
Motivado especialmente por la cultura	8.5 millones	5.5%	594,339	3%
Con un interés ocasional en la cultura	53.3 millones	37.7%	7.3 millones	37%
Total	61.8 millones	41.2%	7.9 millones	40%

Fuente: CESTUR. Estimado con base en cifras del reporte: El turismo en México 2001, Sectur, 2002

[12] CESTUR (2002) El Turismo Cultural en México

En el caso de Mérida, el 83 % del turismo que llega al destino es nacional y solo el 17% es extranjero. Extrapolando la información anterior al destino, se observa que del 83% de turistas nacionales, solo el 13% tiene a la cultura como el principal motivador de su viaje. En el caso de los turistas internacionales este porcentaje se reduce al 7% (ver Figuras 1, 2 y 3).

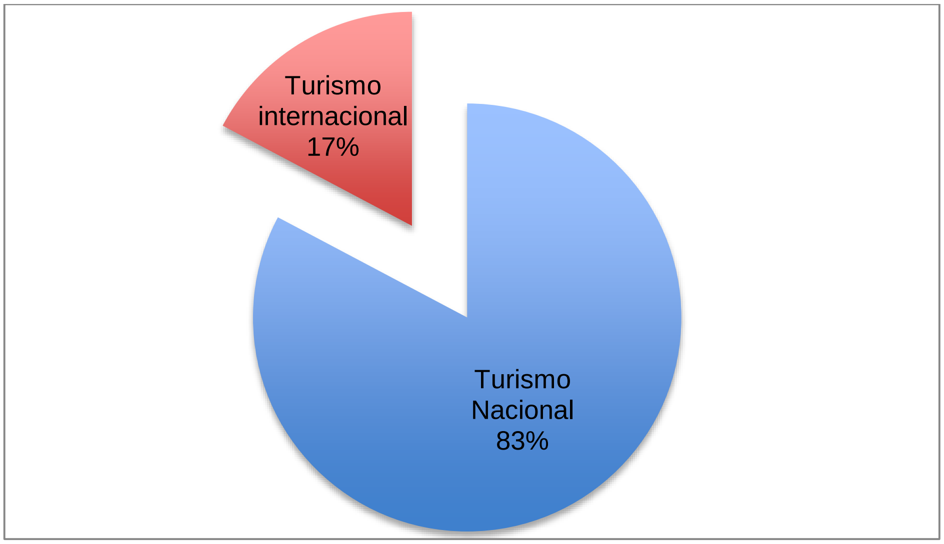


Figura 1. Llegadas de turistas a hoteles de Mérida. SECTUR (2012) Compendio Estadístico

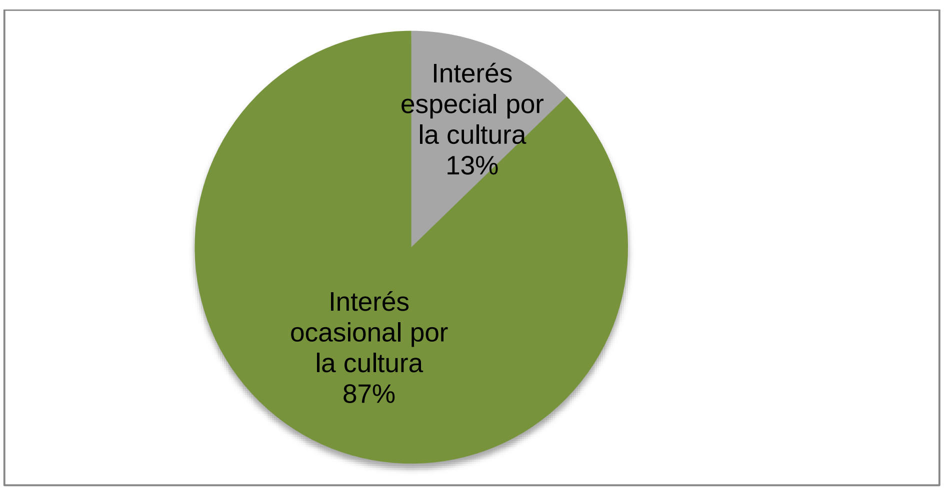


Figura 2. Turismo Nacional en Mérida: segmentos de turismo cultural. Elaboración propia basado en CESTUR (2002) El Turismo Cultural en México

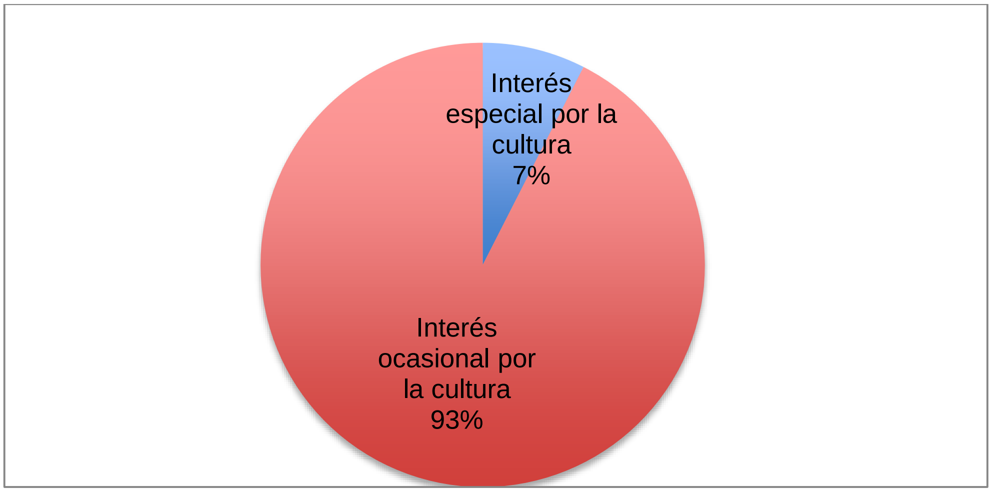


Figura 3. Turismo internacional en Mérida : segmentos de turismo cultural. Elaboración propia basado en CESTUR (2002) El Turismo Cultural en México

En cuanto al gasto del turista cultural, la derrama económica más grande proviene de los turistas nacionales e internacionales con interés ocasional en la cultura (US$10,763 y US$4,068 respectivamente). Sin embargo, respecto al gasto promedio, el segmento de mercado que aporta mayores recursos es el internacional que tiene un interés especial por la cultura (US$615 al año), lo que triplica el gasto anual del turista nacional con interés ocasional en la cultura (US$201 al año).

Tabla 2. Gasto total de turistas culturales (dólares al año)

Segmento		Millones turistas	Gasto promedio US$	Millones de US$
Interés especial por la cultura	Nacional	8.5	260	2,210
	Internacional	.594	615	365
	TOTAL	9.094	-	2,575
Con interés ocasional	Nacional	53.33	201	10,763
	Internacional	7.33	555	4,068
	TOTAL	60.66	-	14,831

Fuente: CESTUR (2002) Encuesta en aeropuertos, telefónica nacional y en sitio

11.2 Perfil del turista que visita Mérida

Según la Encuesta Anual al Turista 2005 [13] el perfil del turista que se llega a hoteles de Mérida es mayoritariamente masculino, con edades que van entre los 34 y 45 años, ingresos mensuales de MX$5430 a MX$10,858 y gasto promedio por día de entre MX$3500 y MX$7500. Cuentan con estudios de nivel licenciatura, son empleados o profesionistas y la principal razón de su visita a Mérida es conocer zonas arqueológicas.

En promedio calificaron a Mérida con un 9 en una escala del 1 al 10 y el 98% manifestó que sí regresaría al destino.

11.3 Mercados potenciales y segmentos tipo

Tomando en cuenta la cantidad y el gasto promedio que genera cada segmento de mercado se identificaron 3 segmentos como los prioritarios a desarrollar. En orden de importancia:

1. Nacionales con interés ocasional en la cultura
2. Internacionales con interés especial por la cultura
3. Internacionales con interés ocasional por la cultura

Al interior de cada segmento se identificaron 8 subsegmentos (véase Tabla 3)

Tabla 3. Segmentos prioritarios a desarrollar o mejorar

	Con interés especial en la cultura	**Con interés ocasional en la cultura**
Nacional	turismo académico y científico	turismo de congresos y convenciones
		turismo de salud
		Familias con hijos
Internacional	turismo rural y de naturaleza (conocer el patrimonio de las comisarías)	circuitos de varios días por el sureste mexicano (Mérida es un destino más de muchos que visitan)
	Familias con hijos	turismo de salud

Fuente: Elaboración propia

[13] Encuesta Anual al Turista 2005, Yucatán

12. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

En base a la información recabada en los indicadores propuestos podemos resaltar los siguientes aspectos : las campañas de publicidad se realizan con presupuestos variables cada año ya que dependen de las disposiciones económicas estatales y federales para su realización, lo que se traduce en diversos alcances promocionales del destino tanto en los segmentos de mercado como en los segmentos geográficos .

Las campañas elaboradas no estiman la inversión para la promoción de la ciudad de Mérida exclusivamente sino se consideran dichas campañas para todo el destino como Estado. En el desarrollo y ejecución de éstas campañas no se cuenta con una metodología de medición de resultados de acuerdo al medio seleccionado y su impacto en los segmentos de mercado, geográfico y poblacional al cual se dirigió, únicamente se cuenta con los datos duros del monto egresado, de los medios seleccionados, número de anuncios y cobertura geográfica.

Por otra parte, no se cuentan con los estudios necesarios para conocer el número o porcentaje estimado de visitantes que retornan al destino y que recomiendan al mismo, el único estudio se realizó con el nombre de "Perfil y grado de satisfacción del turista" en el año 2010 por el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) por parte de la Secretaría de Turismo (SECTUR) Federal, con lo que no contamos con una tendencia o grado de satisfacción de nuestros visitantes.

Es importante mencionar la existencia de la Oficina de Congresos y Visitantes en la ciudad de Mérida establecida bajo la dirección de la Secretaría de Fomento Turístico y que actualmente ya cuenta con una representación en la ciudad de México con el objetivo de tener mayor presencia directamente con las principales agencias y empresas productoras de congresos, convenciones e incentivos.

Es de considerar la creación e implementación de estudios y herramientas que proporcionen datos y resultados sobre el comportamiento del turista y del alcance de las campañas de publicidad para una adecuada toma de decisiones por parte de los principales actores turísticos para obtener un impacto en el número y estadía de visitantes en el destino. No se cuenta con una política de promoción y publicidad de la ciudad y del destino y se percibe poca participación del nivel empresarial, que recibe beneficios directos del turismo y no invierte en la promoción.

13. COMERCIALIZACIÓN

De acuerdo a los datos obtenidos, el destino cuenta con limitados canales de comercialización de su oferta de productos turísticos, el canal principal es por medio de la página institucional de la Secretaría de Fomento Turístico, yucatan.travel.com que en coordinación con las agencias de viajes mayoristas y receptivas ofertan los puntos de mayor interés turístico de la ciudad de Mérida y del interior del Estado de Yucatán , conformando 102 tours diferentes los cuales pueden ser consultados y

solicitados de manera directa con éstas agencias. No se cuenta con un motor de reservaciones institucional que permita realizar compras en línea de habitaciones, tours y servicios relacionados y demandados por los turistas, restando la oportunidad de venta inmediata con los clientes potenciales y dejando el trámite a solicitud del cliente con algún prestador de servicios, alentando el proceso de información y decisión del cliente.

Las 65 agencias de viajes registradas como receptivas son aquellas que ofrecen y promueven la oferta de productos turísticos del Estado. Cabe mencionar que se tiene un registro oficial de 145 agencias de viajes en todo el estado encontrándose 131 en la ciudad de Mérida, de acuerdo a la información oficial del registro de la Secretaria de Fomento Turístico (inventur.yucatan.gob.mx).

Las oficinas de Congresos y Visitantes, en la ciudad de Mérida y de la Ciudad de México son relevantes para la promoción en el segmento de congresos, convenciones e incentivos que en coordinación de las agencias especializadas en este segmento (DMC'S) ofertan servicios y atractivos turísticos solicitados por este mercado.

La colocación de la oferta de hospedaje y tours de las agencias de viajes quedan en las operaciones y acciones particulares de cada establecimiento teniendo un alcance de acuerdo al nivel de capacidad de cada uno de ellos, provocando una limitada exposición del destino.

Es importante mencionar la participación del destino en las principales ferias turísticas nacionales e internacionales con excelente participación del sector turístico, hoteles, agencias de viajes, DMC'S, con la finalidad de promover los atractivos turísticos y la amplia gama de servicios para el turista ofertada en la ciudad de Mérida y el Estado.

La conectividad aérea internacional y regional es escasa o nula lo que limita y dificulta el desplazamiento de los turistas a la ciudad de Mérida

14. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS TIC´S DISPONIBLES Y UTILIZADAS EN EL DESTINO

Las TIC´s son herramientas tecnológicas de soporte de actividades de sectores económicos que como el turismo, requieren de conectividad Ágil y versátil en espacio y tiempo. Esta herramienta ayuda a posicionar al destino turístico en el plano global, bien utilizado ayuda a mantener la vigente y el reconocimiento de la "marca" turística. En el municipio de Mérida se cuenta desde hace más de una década con varias de ellas, en la actualidad se tiene la siguiente situación al respecto:

- Se cuenta con un portal activo de promoción del destino, tanto a nivel estado como a nivel Municipal

- La información actualizada en el portal de internet del destino se encuentra actualizada y supervisada continuamente, tanto a nivel estado como a nivel municipio.

- El Municipio cuenta con 100 parques públicos con acceso a internet ubicados en la ciudad de Mérida y en 5 de sus comisarias, que proporcionan acceso a internet 24 horas de manera gratuita.

- Se cuenta con información del número de visitas al portal del destino, de dónde se generan las visitas, tiempo en cada visita y en cada página visitada, la información o página más solicitada.

- Existencias de puntos de información turística: El destino cuenta con 8 módulos de información turística: 3 estatales y 5 Municipales.

- Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés:
A nivel Estado el destino si cuenta con el servicio de guía digital desde el año 2012. Y a nivel Municipio cuenta con audio guías con información de los principales atractivos turísticos del Centro Histórico, en diferentes idiomas que se rentas a los turistas. Sin embargo no lo requerido por nuestros visitantes, ni tienen la demanda esperada.

- Líneas telefónicas disponibles al turismo: Este indicador nos informa de la existencia de líneas telefónicas de servicio para dudas o quejas de los Turistas o visitantes así como de información relativa al Destino y la cantidad de las mismas. En el Estado y en el Municipio NO se cuenta con líneas telefónicas para este fin.

- El municipio no cuenta con un sistema como tal que proporcione esta información, únicamente utiliza un sistema basado en el número de visitantes que acuden a los centros de información turística. A nivel Estado se cuenta con el sistema DATATUR.

A continuación el análisis general de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) del destino Mérida[14].

---

[14] Ver subdiagnóstico para el análisis FODA de los factores específicos.

ANALISIS FODA GENERAL

FORTALEZAS

- Destino turístico con muchos atractivos históricos y culturales.
- Diversidad de atractivos y servicios turísticos variados. Cuenta con diferentes servicios que se adaptan a diferentes presupuestos.
- Generación de empleos directos
- Número de Museos Porque el destino tiene 14 museos de diferente naturaleza y de talla internacional.
- Número de Monumentos existen 61 monumentos, lo cual es una amplia oferta de Turismo Cultural.
- Número de hoteles por categoría y oferta total de habitaciones: por la amplitud y diversidad de la oferta hotelera en el destino con 186 establecimientos y 7038 habitaciones.
- Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico en Yucatán es del 12.55% lo que es sobresaliente.
- Numero de empleos (directos) en el sector turístico Yucatán es el 7.7% del total existente, esta cifra es considerada económicamente adecuada.
- Tasa de desempleo en turismo en Mérida de del 3.7%
- La ciudad de Mérida es considerada como una de las 10 urbes de la Republica más aptas nivel nacional en materia de seguridad, calidad de vida, educativa y turística.
- El grado de rezago social para el Municipio de Mérida es bajo**.**
- El porcentaje de población por grado de marginación en la zona metropolitana de Mérida es predominantemente bajo y muy bajo.
- Se tiene amplia iniciativa de planes y programas en materia de educación ambiental educativo y privado. Las acciones municipales y estatales emprendidas son: Proyecto Educativo para la Promoción de una Cultura Ambiental como Forma de Vida; Educación Ambiental en materia de Residuos Sólidos; Programa radiofónico Ecoestereo;   Comités de Desarrollo Sustentable y Participación Social; El Ordenamiento ecológico territorial decretado fue publicado en el Diario Oficial el viernes 7 de Septiembre del 2012; se cuenta también con el Programa de Manejo de Riesgo.-Ley municipal de protección civil de Mérida; el Programa de protección civil, con 11 brigadas y 18 refugios temporales en Mérida.
- Recursos humanos calificados para atender el sector Turismo: El Estado y Municipio cuentan con un presupuesto destinado a la impartición de cursos de capacitación al personal del sector Turístico, que se certifican con un reconocimiento avalado por los mismos. Existe un registro de todos los participantes en cada uno de los cursos impartidos así como los que cuentan con el reconocimiento.
- Inversión en Planes de capacitación turística: El estado y el municipio cuentan con planes anuales de capacitación en el sector turismo.

- Participación de Establecimientos de Alimentos y Bebidas en el programa Distintivo "H": Se cuenta con una base de datos de empresas nuevas y renovadas con la certificación del distintivo "H" por año.
- Porcentaje de Empresas con distintivo “M”: Se cuenta con una base de datos de empresas nuevas y renovadas con la certificación del distintivo "M" por año.
- Número de Guías de Turistas certificados: Se cuenta con una base de datos con el total de cursos impartidos por año e incluye el número de diplomados de Formación de Guías de Turistas Generales y Locales así como el número de guas acreditados y certificados de acuerdo a la NOM-08
- Conectividad aérea: por la cantidad de vuelos 8 destinos y 3 internacionales con un promedio semanal de 16,211 asientos disponibles.
- Existencia de servicios de apoyo al turista: hay suficientes a nivel estatal y federal
- Existencia de sucursales bancarias: la diversidad de tipos y servicios que ofrecen estimula el gasto en la plaza.
- Tarifas hoteleras: se tiene variedad en tipo de hotel y los precios son competitivos.
- Porcentaje de avance o de aplicación de los Planes de Desarrollo Urbano decretados: el municipio tiene y muy completo que incluye zonas patrimoniales natural y cultural a conservar.
- Acceso a servicios básicos: el municipio tiene una cobertura promedio del 76% en electrificación, drenaje y agua potable, esto lo hace un sitio de alto nivel urbano sin problemas de salud pública.
- Bajos índices de robo, violencia y criminalidad.
- Percepción del Nivel de Inseguridad: Se cuenta con el nivel más bajo de inseguridad en el país, por ende el Municipio de Mérida también.
- Porcentaje de delitos menores en relación a la población: Se cuenta con un porcentaje muy bajo en relación a la población del 3.35%.
- Número de policías en relación a la población: La policía municipal sólo tiene la jurisdicción de cuidar el centro de la ciudad, dispone de 600 elementos, que la mayoría patrulla las calles del centro de Mérida y se encarga de mantener que el tráfico circule en forma correcta. Y el gobierno del estado tiene 6,927 elementos.
- Incidencia Delictiva: Una baja en la incidencia de robos en más del 41%, destaca el Ministerio Público de Mérida con una tasa de 451 delitos por cada 10,000 habitantes.
- Homicidios dolosos: Con menor cantidad de homicidios dolosos contando con 1.74% por cada 100,000 habitantes.
- Cero robos a las Instituciones Bancarias y de Crédito.
- Programas para el manejo de residuos peligrosos: Mérida cuenta con la infraestructura adecuada para la recolección, tratamiento y disposición de los residuos sólidos.
- Montos de inversión en campañas de publicidad Turística: Se cuenta con los planes y el monto de los planes de marketing que se ha realizado anualmente a nivel Estatal y Municipal. Y con el presupuesto para ejercer los planes vigentes
- Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV´s) u organismos similares: Se cuenta con información puntual.

- El destino Mérida cuenta con un Plan Municipal de Desarrollo al interior del cual están el Programa de Turismo Municipal y el Programa de Ferias y Eventos. El Comité de Planeación Municipal le da seguimiento a estos programas.
- Se identificó que Mérida cuenta con una cantidad adecuada de agentes de desarrollo local
- Se cuenta con un portal de internet activo de promoción del destino, tanto a nivel estado como a nivel Municipal
- Información actualizada en el portal de internet del destino: Se encuentra actualizada y supervisada continuamente, tanto a nivel estado como a nivel municipio.
- El Municipio cuenta con 100 parques públicos ubicados en la ciudad de Mérida y en 5 de sus comisarias, que proporcionan acceso a internet gratuito las 24 horas.
- Número de visitas al portal del destino: Se cuenta con información del número de visitas a la página, de dónde se generan las visitas, tiempo en cada visita y en cada página visitada, la información o página más solicitada.
- Existencias de puntos de información turística: El destino cuenta con 8 módulos de información Turística: 3 estatales y 5 Municipales

OPORTUNIDADES

- Número total de rutas del destino turístico: Es posible generar más rutas, crear circuitos que incrementen el atractivo del destino.
- Existencia de inventarios de atractivos turísticos y prestadores de servicios turísticos: Son pocos e insuficientes, se podría invertir en el diseño y la creación de mayor número de catálogos con una amplia distribución.
- La ubicación geográfica, los atractivos naturales y culturales, la amabilidad de la gente son elementos que brindan una gran oportunidad de mejorar los porcentajes de competitividad a sectores como el turismo si se complementan gestionan adecuadamente.
- Se cuenta con: el Programa de Acciones de conservación del Patrimonio. Decreto No. 29929 del 24/Julio/2003 del Programa estatal de preservación del patrimonio cultura arquitectónico; Programa de rescate de fachadas de predios del Centro Histórico; Programa de Patrimonio arqueológico; Programa Patrimonio natural – Identificación de cenotes; Programa de difusión al patrimonio cultural e impartición de eventos.
- Áreas Naturales Protegidas. Reserva Ecológica de Cuxtal decretada el 28/06/93, con 10,757 has. alrededor del 12% del territorio municipal.
- El consumo de energía por cuarto. 3,343 habitaciones, distribuidas en 68 hoteles, con un promedio de consumo aproximado de 268 Kwatts/cuarto mensual.
- Cuenta con un sistema de Información que evalúe la satisfacción de los visitantes: No se cuenta con un sistema, por lo que representa una oportunidad para su desarrollo.
- Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes: No se cuenta con un sistema, por lo que representa una oportunidad para su desarrollo.

- Existencia de servicios de hospitales: hay suficientes establecimientos y hay una gran afluencia de personas externas por este motivo se debe motivar la estancia de pernocta hotelera.
- Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre del destino: existen sitios de interés para promocionar e impulsar, se tiene la infraestructura vial solo se requiere de poner transporte con regularidad y hacer promoción correspondiente.
- Reglamento de Imagen Urbana vigente: existe y se aplica principalmente en el Centro Histórico, se debe ampliar a los nuevos sitios.
- El Gobierno del estado expuso al congreso su aprobación para celebrar un contrato de fideicomiso con Banobras a través del Fondo de Apoyo para Infraestructura y Seguridad, que se utilizará para mantener los altos índices de seguridad, aumentar en más del 200% su red de vigilancia con tecnología moderna y eficiente, para el combate y prevención de delitos.
- Porcentaje de visitantes y turistas que regresan: El último y único estudio que se tiene es del año 2010 realizado por CESTUR. El resultado que se obtiene es importante para evaluar el comportamiento del turista.
- Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino: El último y único estudio que se tiene es del año 2010, realizado por CESTUR. El resultado que se obtiene es importante para evaluar el comportamiento del turista.
- Cantidad de Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local) que participan en eventos de la plaza.: No se cuenta con un instrumento de medición para este rubro. Sin embargo la precepción por parte de la OCCY es muy alta.
- Alcance de las campañas y medios de promoción: Se cuanta con la información de los medios utilizados pero es importante establecer una metodología de medición del retorno de inversiones de la publicidad en dichos medios.
- Número de visitas al portal del destino, es muy utilizado.

DEBILIDADES

- Poca inversión en proyectos culturales, deportes y educación. El sistema de transporte no está bien planeado y es ineficiente.
- Inexperiencia de funcionarios que se desempeñan en el ramo turístico.
- Poca participación del nivel empresarial, que recibe beneficios directos del turismo y no invierte en la promoción.
- La relación empresas-gobierno-sociedad es muy dispersa y con poca visión, no se cuenta con organismos que vinculen a los diferentes actores del sector.
- Número total de rutas del destino turístico: Pocas rutas operando en el destino, todavía sin consolidarse y que operan y dejan de operar de forma intermitente afectando el destino.
- Número de discotecas y bares: Son pocos comparados con los restaurantes. La falta de oferta referente al entretenimiento nocturno incide en la solidez del destino
- La participación porcentual de las actividades turísticas en Yucatán es del 2.87, lo que lo coloca por debajo del mínimo aceptable.
- El PIB Turístico de Yucatán en el PIB estatal es de apenas un 1.95%
- La Participación del Turismo en Yucatán en la Economía Nacional es de 1.61% nivel muy por debajo de la media nacional.

- El porcentaje de cobertura de drenaje y alcantarillado con 14 plantas de tratamiento de aguas residuales en el municipio solamente se cubre el 14.5 de las aguas residuales generadas y no existe sistema de alcantarillado eficiente.
- Programa para el manejo integral de desechos sólidos. Se cuenta con un relleno sanitario en el poniente de la ciudad a punto de saturación y la recolección se concesiona a 3 empresas particulares.
- No cuenta con una política adecuada de promoción.
- El Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico. No se encontró información de este tipo para el municipio de Mérida.
- La Aplicación del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo. En el Municipio de Mérida (según el informante) aún no se aplican:
- Indicadores de sustentabilidad turística en el sector; El porcentaje de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos; El porcentaje de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles; El porcentaje de Balnearios naturales limpios de agua dulce; El porcentaje de establecimientos con certificado Green Globe; El Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental.
- Grado promedio de Escolaridad del personal que labora en el sector: No se cuenta con algún registro de esta información en específico.
- Porcentaje del personal del Destino con Educación Turística : No se cuenta con algún registro de esta información en específico.
- Porcentaje de prestadores de servicios con un nivel alto de satisfacción en los planes de capacitación turística: No se cuenta con un registro que mida directamente la percepción de los prestadores de servicios con respecto a la calidad de los planes de capacitación Turística institucionales.
- Conectividad aérea: altas tarifas, ampliación de destinos y aumento de compañías de bajo costo.
- Existencia de servicios de apoyo al turista: se requiere fortalecer este servicio a nivel municipal y ampliar la cobertura.
- Reglamento de Imagen Urbana vigente: falta programas de señalética turística en la ciudad y en los nuevos sitios turísticos.
- Porcentaje de avance o de aplicación de los Planes de Desarrollo Urbano decretados: faltan programas de rescate de espacios públicos para potenciar nuevos sitios turísticos.
- Volumen reciclado de desechos: Se debe desarrollar cadenas de valor de los residuos sólidos mediante la separación efectiva de los subproductos comerciales.
- Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino: se cuentan con la clasificación de cada agencia pero no asegura la dirección de sus acción.
- El Municipio de Mérida no cuenta el destino con una Dirección en Turismo, tiene Subdirección en Turismo que depende de la Dirección de Desarrollo Económico.
- Instancia coordinadora legalmente establecida entre los tres niveles de gobierno, los empresarios y la sociedad civil. No Existe.
- Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y la Ley General de Turismo. El marco regulatorio se alinea parcialmente con la Nueva Política Nacional Turística y la Ley General de Turismo

- Mérida no cuenta con un Comité de turismo sustentable.
- Nivel de insatisfacción del turista con el comercio ambulante. No se cuenta con ningún tipo de estudio sobre la percepción del comercio ambulante
- Participación de los visitantes en los eventos del turismo. No se cuenta con información sobre asistencia de visitantes a eventos de turismo.
- Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés: A Nivel Estado El destino Si cuenta con el servicio de guía digital desde el año 2012, y a nivel Municipio cuenta con Audio guías con información de los principales atractivos turísticos del centro Histórico, en diferentes idiomas que se rentas a los turistas. Sin embargo no son requeridos por nuestros visitantes, ni tienen la demanda esperada
- Líneas telefónicas disponibles al turismo: Este indicador nos informa de la existencia de líneas telefónicas de servicio para dudas o quejas de los Turistas o visitantes así como de información relativa al Destino y la cantidad de las mismas. En el Estado y en el Municipio NO se cuenta con líneas telefónicas para este fin.
- El municipio no cuenta con un Sistema de Información Estadística del Turismo que proporcione esta información, únicamente utiliza un sistema basado en el número de visitantes que acuden a los centros de información turística. A nivel estado se cuenta con el sistema DATATUR

AMENAZAS

- Altos costos de conectividad aérea.
- Falta de vuelos de conectividad con Estados Unidos y Europa.
- Falta de conciencia de la población sobre los beneficios que trae el turismo y de información acerca de la situación ambiental de la localidad
- Gasto promedio de los turistas: No existe una adecuada medición del gasto promedio y por tanto no es posible tener ideas precisas de cómo mejorar este rubro.
- Baja ocupación, los turistas solo vienen de paso.
- Estadía promedio de turistas: la estancia es corta, menor a los dos días y por tanto no genera una derrama económica suficiente para incentivar la consolidación del destino y el desarrollo local.
- La Tasa de desempleo en turismo en Mérida de del 3.7% aunque hoy es una cifra adecuada, se corre el riesgo de caer fácilmente en los niveles mínimos con cualquier eventualidad, es necesario incrementar este porcentaje.
- El Salario Promedio Diario de Cotización en Yucatán es del 3.2%, está en el rango mínimo aceptable dentro del esquema nacional.
- Calidad en el transporte local del destino: el costo y el transporte irregular no permite potenciar la visita a sitios de interés en comisarías y subcomisarias así como a la Reserva Ecológica de Cuxtal, ni potenciar nuevos destinos.
- Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas): Falta insuficiencia y concentración de infraestructura principalmente de 2° y 3er. nivel . El hospital de Alta Especialidad debe operar al 100% de su capacidad, pues no se están

aprovechando las instalaciones y se necesita para las personas que no cuentan con un nivel económico como pagar sus estudios necesarios u operaciones.

- Segmento de población atendidos en las campañas de promoción del destino: Este Indica los mercados socio-económicos a los cuales van dirigidos las campañas de publicidad realizadas para un destino en específico sin embargo No existe un parámetro ni lineamiento en su aplicación y solo se tiene resultados Nivel Estado. Y al no estar enfocado solo la ciudad de Mérida puede dar como consecuencia resultados desfavorables para el Destino en cuestión.
- La diversificación en segmento mercado nos indica los segmentos de mercado a quien va dirigida las campañas de promoción, sin embargo No existe un parámetro ni lineamiento en su aplicación y solo se tiene resultados Nivel Estado. Y al no estar enfocado solo la ciudad de Mérida puede dar como consecuencia resultados desfavorables para la ciudad.
- La diversificación en segmento de mercado geográfico mide los mercados geográficos atendidos en cada campaña institucional turística, sin embargo No existe un parámetro ni lineamiento en su aplicación y solo se tiene resultados Nivel Estado, al no estar enfocado solo la ciudad de Mérida puede dar como consecuencia resultados desfavorables para destino mismo.
- El presupuesto asignado a turismo por el Ayuntamiento en el 2013 fue de menos del 1 % de su presupuesto total.
- De no actualizarse constantemente el sistema informático, se corre el riesgo de obsolescencia en los servicios para el turista.

MATRIZ DE PROBLEMÁTICAS

CAPITULO	NOMBRE	PROBLEMÁTICA	PROYECTO
1	Perfil Socioeconómico del Municipio	Localización, población, recursos naturales, infraestructura y actividades económicas. Papel que desempeña el turismo en el sistema económico y social El impacto de la actividad turística en el desarrollo económico y social puede ser evaluado a partir de la participación del turismo en la generación de la riqueza, lo cual puede medirse en los resultados registrados en la balanza de pagos y en el porcentaje de aportación de este sector al PIB y de su capacidad para generar empleos bien remunerados. La participación porcentual de las actividades turísticas en el Estado de Yucatán en el 2011 fue del 2.87% lo que lo coloca por debajo del rango mínimo aceptable del 3 al 5% ponderado para el caso. Respecto al PIB turístico la situación no mejora, teniéndose para el mismo año, el 1.95% de total estatal, nuevamente por debajo del rango aceptable. En el caso de Mérida, la situación se presenta mucho mejor, dado que la participación porcentual dentro de los servicios del municipio; representó para el 2009- casi una cuarta parte de las unidades económicas, es decir, el 12.44% de la producción bruta total y el 10.52% del valor agregado censal bruto, colocándose con ello en un rango ponderado sobresaliente. No obstante el buen comportamiento municipal del sector turístico en su economía, el desigual comportamiento económico entre la ciudad y el Estado, puede representar un riesgo al buen desempeño económico del sector en general, dado que la participación del turismo en la generación de la riqueza de un sitio y su capacidad para generar empleos bien remunerados, funciona mejor cuando se trabaja integralmente en todas las escalas geopolíticas de la región. Esto se ve reflejado directamente en el dato de la participación de la turismo yucateco en la economía nacional con un 1.61%, nuevamente muy por debajo del rango mínimo aceptable, lo cual compromete la posibilidad de obtención de mayores recursos federales para el sector y el adecuado reconocimiento como Destino Turístico. SECTUR, El turismo en México, 2002, Secretaría de Turismo, México, Versión electrónica disponible en http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect.Estadísticas_del_Sector	Proyectos del Gobierno del Estado que impactan al Destino Mérida Macro Proyecto de la Región Sur y Corredor Turístico Progreso – Xcambó
2	Identificación y análisis del potencial de los recursos Turísticos	En este capítulo el análisis de los recursos turísticos del destino Mérida y sus potencialidades permitió detectar dos carencias centrales: a) Falta de circuitos turísticos que aprovechen los recursos naturales y la riqueza histórica y patrimonial del destino Mérida b) Falta de un abanico amplio de productos turísticos que diseñados para cubrir las necesidades y demandas específicas de los segmentos del mercado que mayor gasto derraman en el destino	* Ruta Nocturna de Barios, * Museo Gastronómico, * Museo pase, * Espectáculo Multimedia del Centro Histórico de Mérida
3	Evaluación Cuantitativa y cualitativa de la oferta de Hospedaje	La evaluación de la oferta de hospedaje del destino Mérida arrojó los siguientes resultados a) La oferta de servicios turísticos se concentra en ámbito de la hotelería y constituye una sobreoferta dada la cantidad de visitantes y la estancia promedio en el destino. b) Carencia de estrategias para diversificar la oferta hotelera, generar acuerdos con otras ramas de los servicios turísticos para lograr incrementar la estancia promedio.	* Ruta Nocturna de Barios, * Museo Gastronómico, * Museo pase, * Espectáculo Multimedia del Centro Histórico de Mérida
4	Oferta Complementaria	Para el turismo nacional es un destino muy caro. El aeropuerto está muy bien equipado pero recibe pocas líneas nacionales y muy escasas internacionales por lo tanto las tarifas son muy altas y las instalaciones están subutilizadas. Se requiere de la ampliación de destinos de arribo y salida nacional e internacional, así como el aumento de compañías de bajo costo que cubran la ruta.	* Ruta Nocturna de Barios, * Museo pase, * Espectáculo Multimedia del Centro Histórico de Mérida
5	Factor Humano (Formación y Certificación)	Falta de capacitación a personas que ofrecen servicios turísticos. Falta implementar un programa permanente de capacitación y formación turísticas de los recursos humanos. Capacitación de los empleados del gobierno municipal. Bajo porcentaje de Hoteles y Restaurantes con esquemas de certificación	* Circuito Comisarias * Museo Gastronómico *Programa de Certificación
6	Marco Institucional, Normativo y Asociativo	La principal problemática encontrada en el destino es el bajo nivel de planeación y en consecuencia un bajo presupuesto municipal asignado a turismo (menos del 1% del presupuesto anual municipal). Esto se refleja en la estructura institucional que tiene a la administración local de Turismo en nivel intermedio de presupuesto asignado a una subdirección. Así mismo otra problemática es la carencia de una instancia legalmente constituida que coordine a los actores del destino turístico (sector, publico, privada y sociedad civil)	* Sistema de Información estadística
7	Accesibilidad y movilidad	Para el turismo nacional es un destino muy caro. El aeropuerto está muy bien equipado pero recibe pocas líneas nacionales y muy escasas internacionales por lo tanto las tarifas son muy altas y las instalaciones están subutilizadas. Se requiere de la ampliación de destinos de arribo y salida nacional e internacional, así como el aumento de compañías de bajo costo que cubran la ruta. El costo y el transporte irregular no permiten potenciar la visita a sitios de interés en la parte semi-urbana y rural (comisarías y subcomisarias) del municipio. El cumplir este requerimiento permitirá mayor afluencia a los sitios turísticos existentes y detonar y potenciar nuevos destinos con patrimonio cultural, edificado y natural así como a las Reservas Ecológicas.	* Modulos de Informacion Turistica interactivos * aplicaciones para dispositivos móviles
8	Infraestructura básica	En los últimos años, Mérida –como zona central de la región de la península de Yucatán y la zona metropolitana, se ha extendido territorial y poblacionalmente sin planeación, y se han profundizado las desigualdades sociales, al no otorgar servicios, equipamiento y oportunidades para su uso y disfrute de manera equitativa para todos sus habitantes. Se han generado imágenes urbanas diferenciadas que contribuyen a crear percepciones de injusticia, privilegios, desorden e inseguridad en algunos territorios de la ciudad. La especulación de la tierra y el suelo urbano, por intereses y poderes fácticos, provoca inseguridad en el uso del suelo y la propiedad, genera tensión para sus habitantes y propicia esquemas clientelares que favorecen la confrontación entre grupos sociales. Las ubica como La localización geográfica de la ciudad y la zona metropolitana un área de riesgo ante los desastres naturales, especialmente huracanes y tormentas tropicales provenientes del Golfo de México y el Caribe. Esta situación puede llevar al colapso del entorno urbano y generar inestabilidad en los habitantes por pérdida de patrimonio, cambios en los mapas de riesgo y desestructuración de redes sociales y familiares, contribuyendo a formar escenarios de inseguridad y violencia. El deterioro de los recursos naturales y la contaminación ambiental, como producto de la metropolización de Mérida, comprometen la sustentabilidad de la ciudad y de sus futuros pobladores y generan tensión social por mala calidad de vida, sentando las bases para confrontaciones en el medio urbano por la propiedad y el uso y disfrute de estos recursos.	* Programa de incentivos para prestadores de servicio para el uso de tecnologías de ahorro energético
9	Protección del territorio y del paisaje	Evaluación de la dinámica y del ordenamiento territorial y urbano y su grado de adecuación al turismo. a) La falta de regulación práctica y efectiva de la mancha urbana y el crecimiento desordenado generan presión sobre el paisaje natural y urbano. b) La falta de programas de educación ambiental y urbana generan desconocimiento y desinterés en la población local por el territorio. c) Promoción y divulgación poco efectiva en los medios de comunicación masiva de la importancia del territorio y paisaje natural y urbano. d) Carencia de estrategia de vinculación del ordenamiento territorial y urbano y las actividades turísticas municipales.	* Circuito Comisarias * Trasporte Verde
10	Protección ambiental	a) Falta de un programa que vincule las áreas sensibles de protección ambiental y paisajística con la población local y turistas. b) Falta de iniciativas turísticas municipales que promuevan el paisaje natural municipal. c) Falta de infraestructura en la Reserva natural de Cuxtal que permita un manejo turístico adecuado en beneficio de la comunidad local y la imagen municipal. d) Poca promoción y divulgación de la importancia ambiental y paisajística municipal. e) Otro aspecto que resalta es la falta de trabajo de sensibilización y educación ambiental a los pobladores del área y también de los habitantes de todo el municipio, la desinformación contribuye enormemente a desconocer de la importancia del sitio y de la participación de la comunidad local en su conservación y cuidado. f) La falta de infraestructura no permite que los turistas puedan considerar el sitio como un sitio de visitación y mucho menos de pernocta. Otro aspecto a resaltar es la falta de una promoción adecuada también disminuye los niveles de visitantes y esto no permite generar fuentes de empleo a los habitantes locales producto del turismo.	* Circuito Comisarias * Módulos de información *Programa de concientización Turístico ambiental

11	**Mercados**	* Falta de un sistema de información estadística que permita monitorear el perfil y grado de satisfacción del visitante del destino y generar reportes mensuales que sirvan a los tomadores de decisiones (sector publico y privado)	* Sistema de Información estadística
12	**Promoción y comunicación**	En relación a la promoción y comercialización del Destino, uno de los principales problemas en la falta de estructura en la realización de campañas publicitarias, se cuenta con un record en relación a los segmentos de población que fueron atendidos en las mismas, los mercados geográficos a los cuales alcanzaron y la diversificación del mercado en los mismo, sin embargo no existe un parámetro ni lineamiento en su aplicación y solo se tiene resultados Nivel Estado. Y al no estar enfocado únicamente la ciudad de Mérida puede dar como consecuencia resultados desfavorables para el Destino en cuestión. El destino no cuenta con un sistema de medición que pueda evaluar y determinar porcentaje de visitantes y turistas que regresan así como el porcentaje los que recomiendan nuestro destino, lo que representa una carencia o problemática ya que el resultado que se obtiene en este tipo de estudio es importante para evaluar el comportamiento del turista y tener una base segura para la creación de futuras campañas promocionales. Sería importante, de igual manera, establecer una metodología de medición del retorno de inversiones de la publicidad en dichos medios y segmentos.	* Sistema de Información estadística
13	**Comercialización**	Carencia de un sistema de gestión de destinos con una plataforma en internet que sea una ventana para todos los prestadores de servicios turísticos del destino. Falta de participación en ferias y eventos de turismo especializadas	* Módulos de Información Turística interactivos * aplicaciones para dispositivos móviles
14	**Tics disponibles y utilizadas**	En el factor relacionado con tecnologías de la información y comunicación, la principal problemática es precisamente la falta de estas. En lo concerniente a Aplicaciones turísticas para móviles y Guías comerciales solo se cuenta a Nivel Estado con el servicio de una guía digital desde el año 2012. Y A nivel Municipio con un sistema de Audio guías con información de los principales atractivos turísticos del centro Histórico, en diferentes idiomas que se renta a los turistas. Sin embargo no es lo requerido por nuestros visitantes, ni tienen la demanda esperada. Así mismo no se cuenta en el Destino con líneas telefónicas suficientes de servicio para dudas o quejas de los Turistas o visitantes así como de información relativa al mismo. Otra problemática identificada es que el municipio de Mérida, no cuenta con un Sistema de Información Estadística del Turismo como tal que proporcione información de esta naturaleza, únicamente utiliza un sistema basado en el número de visitantes que acuden a los centros de información turística.	* Módulos de Información Turística interactivos * aplicaciones para dispositivos móviles * Sistema de Información Turística

II. INSTRUMENTOS DE POLITICA TURISTICA

1. EJES DE LA POLÍTICA NACIONAL TURÍSTICA

Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018[1]

VI. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN

VI.4. México Próspero

Objetivo 4.11.

Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.

Estrategia 4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico.

Líneas de acción

- Actualizar el marco normativo e institucional del sector turístico.
- Promover la concurrencia de las acciones gubernamentales de las entidades federativas en materia de turismo, con las del Gobierno Federal.
- Alinear la política turística de las entidades federativas a la Política Nacional Turística.
- Impulsar la transversalidad presupuestal y programática de las acciones gubernamentales,coordinándolas hacia los objetivos de la Política Nacional Turística.

Estrategia 4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.

Líneas de acción

- Fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico.
- Fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos.
- Diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos.
- Posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros.
- Concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad.
- Desarrollar agendas de competitividad por destinos.
- Fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadoresde servicios.

---

[1] Extraído del Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018, Pág 143.

• Imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico.
Estrategia 4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.

Líneas de acción

• Fomentar y promover esquemas de financiamiento al sector con la Banca de Desarrollo.
• Incentivar las inversiones turísticas de las micro, pequeñas y medianas empresas.
• Promover en todas las dependencias gubernamentales de los tres órdenes de gobierno los esquemas de simplificación y agilización de trámites para la inversión.
• Elaborar un plan de conservación, consolidación y replanteamiento de los Centros Integralmente Planeados (CIP), así como la potenciación de las reservas territoriales con potencial turístico en manos del Estado.
• Diseñar una estrategia integral de promoción turística internacional para proyectar una imagen de confiabilidad y modernidad.
• Detonar el crecimiento del mercado interno a través del desarrollo de nuevos productos turísticos, para consolidarlo como el principal mercado nacional.

Estrategia 4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

Líneas de acción

• Crear instrumentos para que el turismo sea una industria limpia, consolidando el modelo turístico basado en criterios de sustentabilidad social, económica y ambiental.
• Impulsar el cuidado y preservación del patrimonio cultural, histórico y natural del país.
• Convertir al turismo en fuente de bienestar social.
• Crear programas para hacer accesible el turismo a todos los mexicanos.
• Promover el ordenamiento territorial, así como la seguridad integral y protección civil.

2. LINEAMIENTOS Y DIRECTRICES ESTRATÉGICAS
Plan Estatal de Desarrollo de Yucatán 2012-2018[2]

Se debe buscar el crecimiento de segmentos especiales del mercado turístico en cruceros, convenciones y turismo de negocios; sumado a eso se debe mejorar la infraestructura turística para aumentar el tiempo de estadía del visitante y promover al estado de manera integral. Un estado competitivo requiere individuos con ánimo

[2] http://www.prosoft.economia.gob.mx/organismos/docop/ESTYUC2013.pdf
Consultado el 29 de Agosto de 201

emprendedor, un gobierno que genere condiciones adecuadas y planes y acciones de amplio consenso para guiar la inversión pública y privada.

TURISMO

El turismo se percibe hoy como una alternativa viable para diversificar la economía de Yucatán. Con los recursos naturales, culturales y humanos que posee, nuestra entidad federativa ocupa un lugar privilegiado para el desarrollo de la actividad turística. Nuestro estado requiere consolidad una oferta turística moderna con mayor calidad y diversificación; las principales líneas de acción para lograr el crecimiento del sector son mejorar la profesionalización de los servicios, generar mejores productos turísticos, detonar el crecimiento de segmentos especiales de mercado, así como promover mayor inversión privada.

El desafío es impulsar el incremento en la productividad, lo que dará mayor competencia a la industria turística, generando más empleos mejor remunerados. El turismo es el presente de Yucatán y puede ser un venturoso futuro si promovemos hoy los cambios y realizamos las acciones dirigidas a hacer de nuestra entidad federativa un lugar privilegiado y único para los visitantes nacionales y extranjeros.

OBJETIVOS

OBJETIVO 1: DIVERSIFICAR LA ECONOMÍA DEL ESTADO MEDIANTE EL FOMENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE GENEREN MAYOR VALOR AGREGADO.

Estrategias:

- Fomentar las actividades de turismo de naturaleza
- Estimular el crecimiento de los segmentos especiales del mercado turístico
- Consolidar las rutas y circuitos turísticos del estado.
- Promover el arribo de cruceros y nuevas rutas aéreas al estado, a través del aprovechamiento de la infraestructura existente.
- Incrementar la atracción de inversiones privadas en el ramo turístico para fomentar el crecimiento de la actividad en el estado.

OBJETIVO 2: INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE VISITANTES NACIONALES E INTERNACIONALES CON PERNOCTA AL ESTADO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACION TURÍSTICA.

Estrategias:

- Implementar técnicas innovadoras de mercadotecnia dirigidas a la atracción de visitantes nacionales e internacionales.
- Desarrollar campañas de promoción turística dirigidas a incentivar el turismo de reuniones y los segmentos especiales de mercado.
- Reactivar la imagen turística del Mundo Maya en el mercado regional, nacional e internacional.

- Fomentar la generación de negocios electrónicos entre los prestadores de servicios turísticos.

OBJETIVO 3: AUMENTAR LA ESTADÍA DEL VISITANTE A TRAVÉS DEL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS QUE GENEREN ALTERNATIVAS DE OFERTA TURÍSTICA.

Estrategias:

- Mejorar la infraestructura turística pública en el estado, mediante acciones de renovación, creación, y modernización.
- Consolidar el mercado de turismo de reuniones, así como incrementar la oferta disponible para disponible para este segmento en el estado.
- Impulsar el desarrollo regional aprovechando la vocación turística, los recursos naturales y culturales de los municipios del estado, mediante el apoyo al diseño y generación de nuevos productos.
- Incentivar la generación de productos turísticos para los segmentos especiales de mercado.
- Estimular la generación de oferta de servicios en zonas con potencial turístico.
- Coadyuvar al crecimiento turístico de los Pueblos Mágicos de Izamal y Valladolid, a través de acciones de concertación, inversión pública y mejora de los servicios.

OBJETIVO 4: COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURISTICO MEJORADA A TRAVÉS DEL FOMENTO A LA CALIDAD EN BIENES Y SERVICIOS TURÍSTICOS.

Estrategias:

- Promover la calidad de los servicios en el estado, a través de acciones de cultura turística dirigidas a la población.
- Implementar el Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística, promoviendo la profesionalización y certificación de los prestadores de servicios turísticos.
- Realizar acciones permanentes de verificación y cumplimiento de la normatividad vigente, para garantizar la calidad y seguridad de los servicios turísticos disponibles en el estado.
- Ejercer las facultades y obligaciones establecida en la Ley para el Fomento y Desarrollo del Turismo en Yucatán y su Reglamento, con el fin de promover adecuadamente el crecimiento sostenible de la actividad turística.
- Establecer el Sistema Estatal de Información Turística, que permita generar y divulgar variables e indicadores para analizar y evaluar al sector turístico.
- Vincular a los restadores de servicios con organismos públicos federales, estatales y/o municipales, e instituciones privadas que proporcionen esquemas de financiamiento para el desarrollo de la industria turística.

COMPROMISOS

OBJETIVO 1: INCREMENTAR EL VALOR AGREGADO DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS

- Impulsar la atracción de las inversiones en el sector hotelero para municipios turísticos en el interior del estado.
- Fomentar el turismo de segunda residencia en Yucatán y particularmente en la ciudad de Mérida.
- Aprovechar las instalaciones aeroportuarias y marítimas para fomentar el turismo, utilizando esta infraestructura para mejorar la conectividad del estado.

OBJETIVO 2: INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE VISITANTES AL ESTADO

- Consolidar el Gran Museo de Mundo Maya como elemento estratégico de la oferta turística de Yucatán.
- Fomentar y consolidar a Yucatán como un destino de turismo Premium.
- Promocionar la infraestructura y los servicios hospitalarios existentes para la promoción del estado como destino para turismo de salud.
- Fomentar actividades de atracción turística permanentes que coadyuven a la promoción de Yucatán.
- Consolidar el turismo regional y la cooperación entre estados y países que integran el Mundo Maya.

OBJETIVO 3. AUMENTAR LA ESTADÍA DE VISITANTES AL ESTADO.

- Fortalecer los sitios arqueológicos de Yucatán como destino turístico para potencializar la riqueza del legado maya en beneficio de las comunidades, a través de la conservación, preservación, consolidación y una adecuada promoción.
- Consolidar y ampliar de manera estratégica la infraestructura y las facilidades necesarias a la ciudad de Mérida para fortalecerla como un destino de selección inmediata del turismo de congresos y convenciones.
- Modernizar la infraestructura actual de los paradores turísticos.
- Modernizar el equipamiento de los espectáculos de luz y sonido de Chichén Itzá y Loltún.
- Promover infraestructura turística en instalaciones y servicios en los cenotes de Yucatán.
- Preservar el patrimonio arquitectónico de las iglesias en los municipios del interior del estado.
- Mejorar la infraestructura de los municipios costeros para aprovechar su potencial turístico.
- Fortalecer la Oficina de Congresos y Exposiciones de Yucatán (OCEY) y crear una Oficina de Promoción Turística de Yucatán en la Ciudad de México, para lograr mayor competitividad en el mercado del turismo de congresos y convenciones.
- Implementar un programa de dinamización cultural y artística en el Centro Histórico de Mérida para ampliar la oferta turística en la ciudad.

OBJETIVO 4. INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

- Proveer de internet y de un sistema de información al visitante en las zonas turísticas del estado para ofrecer un mejor servicio.
- Implementar una campaña permanente de concientización turística, “El turismo es desarrollo”, para lograr que toda la población conozca los beneficios que el turismo provee al estado.
- Desarrollar el Plan Estratégico para la promoción y comercialización turística de Yucatán que permita integrar acciones concretas y consensuadas.
- Desarrollar un programa integral de capacitación y competitividad turística que permita mayor profesionalización de los prestadores de servicios turísticos.
- Establecer un sistema estadístico que permita la obtención de información de la actividad turística para tomar mejores decisiones en materia de promoción y comercialización.

3. LINEAMIENTOS SECTORIALES
Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015[3]

Dentro del Plan Municipal de Desarrollo, el apartado del Sector Turismo, Promoción a la Cultura y Patrimonio Histórico, contiene los siguientes ejes:

EJE VI. UNA MÉRIDA COMPETITIVA Y SUSTENTABLE

Objetivo: Contribuir al crecimiento económico sostenido de nuestro Municipio, fomentando proyectos productivos en las zonas rurales, que permitan a quienes viven en pobreza, tener un ingreso digno y mejorar su calidad de vida. Establecer estrategias para promocionar al Municipio de Mérida y atraer turismo nacional e internacional, organizando eventos culturales y artísticos, así como transmitir a los habitantes una cultura de educación ecológica y ambiental para la preservación y conservación de nuestro medio ambiente, para hacer de nuestra ciudad, una Mérida competitiva y sustentable.

Sub eje: Desarrollo económico y turístico

Línea estratégica:

Aumentar la productividad, la competencia económica y la inversión en infraestructura, estableciendo las condiciones para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando la actividad agropecuaria en la zona rural del Municipio.

Líneas de acción:

- Establecer un Comité de Fomento Económico Multidisciplinario multianual.
- Establecer una política que permita la atracción de capitales al Municipio y las comisarías.

[3] Ayuntamiento de Mérida. 2012. Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015

- Crear los canales y enlaces de distribución a los productos generados del campo.
- Promover la agricultura urbana, periurbana y orgánica a nivel local e impulsar el mercado de agricultores locales.
- Establecer indicadores en la Bolsa de Trabajo que permitan darles seguimiento a los trabajadores de permanencia o desempleo y mantener la Certificación ISO 9001/2008.
- Desarrollar proyectos productivos de mediano impacto a mediano plazo que permitan generar autoempleo a largo plazo y darle seguimiento puntual a todos los proyectos.
- Retomar e impulsar los proyectos de alto impacto en favor de la ciudadanía y que generan bienestar colectivo a largo plazo, tomando como base la innovación y gestión empresarial.

Línea estratégica:

Posicionar al Municipio de Mérida como un atractivo turístico y cultural, mediante la implementación de estrategias y acciones que promuevan su competitividad turística, involucrando al sector privado, prestadores de servicios y ciudadanía en general.

Líneas de acción:

- Crear la Dirección de Turismo Municipal para ejecutar programas y acciones que fomenten esta actividad.
- Utilizar estrategias de mercadotecnia y de relaciones públicas para la promoción de la oferta turística de Mérida y sus comisarías.
- Incrementar y mejorar la señalización turística e informar al visitante de las rutas con atractivos turísticos, así como, gestionar la creación de ciclopistas en sitios donde sea conveniente para el fomento del turismo ecológico.
- Promover la creación de un recinto ferial y centro de distribución artesanal, en la comisaría de Dzityá.
- Promover el establecimiento de productos “ancla” para aumentar la estancia y la pernocta del turismo en nuestra ciudad, así como construir alianzas de promoción con la iniciativa privada.
- Crear un sistema de información de la demanda turística que permita el uso eficiente y productivo de los recursos de promoción.
- Impulsar la capacitación de todos los prestadores de servicios turísticos, principalmente de aquellos que tienen contacto directo con el visitante, así como generar incentivos para empresas que participen permanentemente en certificaciones.
- Fomentar la educación turística en toda la sociedad, para que la población tenga mayor conciencia de la importancia del turismo, del turista y de nuestro patrimonio.
- Establecer alianzas con centros de idiomas e institutos de educación superior, para implementar programas de capacitación turística.
- Impulsar segmentos estratégicos como grupos y convenciones, turismo de salud, turismo premium, turismo de bodas, turismo de segunda residencia y turismo educativo.

- Construir el Plan Estratégico de Promoción Turística de corto, mediano y largo plazo en conjunto con el sector privado.
- Participar en ferias turísticas que se realicen en los distintos estados del país y otras naciones, para promocionar y dar a conocer las bondades del Municipio de Mérida.
- Crear el Plan Integral de Rescate del Centro Histórico para consolidar corredores turísticos y circuito de barrios, así como remozar áreas de valor histórico, cultural y arquitectónico; dar mantenimiento a las zonas ya remozadas con ordenamiento centro-periferia; asimismo, recuperar el proyecto del reordenamiento económico del Paseo de Montejo que podemos reconocer como "Sitios Históricos".
  Tal es el caso de Tercera Orden o El Jesús, o los barrios de Santa Lucía, Santa Ana, Mejorada, San Juan, San Cristóbal, Santiago, y la Ermita, cada uno con su propia riqueza, algunos con sus iglesias, mercados y plazas y otros con solamente sus iglesias y plazas, pero todos con historias y tradiciones que contar. Pero la historia no termina en lo muy antiguo, también hay historia en lo moderno, y ésta nos ofrece lugares como las colonias: México, Alemán, Itzimná, García Ginerés, Chuburná, Santa Rosa, Inalámbrica, Pacabtún, Pensiones, Sambulá, El Chembech, o más recientes como Campestre, Francisco de Montejo, Juan Pablo II, entre muchas otras.

  Todas estas manifestaciones urbanas construidas a través del tiempo, son un potencial y una oportunidad para revalorarlas no solo para quienes las habitan, sino para darle un valor agregado como atractivo para difundir turísticamente sus valores.

  Mérida guarda un pasado, que da vida a un presente con profundos matices culturales, comerciales, religiosos y gastronómicos, siendo éstos precisamente los conceptos que hay que plantear revalorar y tomar como bandera para impulsar el rescate y revitalización del centro histórico de los meridanos.

- Renovar la imagen de los programas permanentes de la ciudad, tales como: Mérida en Domingo, Noche Mexicana y Corazón de Mérida.
- Crear el Comité Municipal de Turismo, en donde participen las diferentes instancias tanto del sector público como privado, con el objeto de establecer un plan consensuado de trabajo, que permita la toma de decisiones así como la evaluación de los resultados.
- Retomar la imagen corporativa de Mérida como destino turístico para darle identidad y donde todo el sector juegue un papel importante en la inclusión de dicha imagen en su material promocional.
- Mejorar la infraestructura existente para eventos, congresos y convenciones, así como estudiar la factibilidad de construir un nuevo recinto, dada la saturación de las instalaciones actuales.
- Dar continuidad a los programas de Ciudades Hermanas.
- Coadyuvar con las autoridades estatales y los diversos órdenes de gobierno con la información y apoyo necesarios para aumentar la frecuencia de vuelos nacionales e internacionales. (Ayuntamiento, 2012: 64-65)

4. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LINEAS DE ACCION
Descripción de los 9 factores de competitividad

4. 1. OFERTA TURÍSTICA

Objetivo: Establecimiento de una oferta turística competitiva
Estrategias: Homologar y mejorar la oferta turística del destino con respecto a destinos de similar categoría en el país, diversificando y enriqueciendo los productos y servicios, basados en los recursos naturales y culturales del Municipio de Mérida. Incrementar la promoción turística y la conectividad del destino.
Lineas de acción:
Esquemas de inversión en promoción turística mediante el diseño de marcas que destaquen las ventajas competitivas de los respectivos productos, y el desarrollo e intensificación de campañas de comunicación y promoción.
Esquemas de incentivos fiscales que estimulen la participación de las pequeñas y medianas empresas en el sector turístico.
Programa de fomento a la inversión pública que facilité el financiamiento al sector .
Indicadores:

4.1.1.Número de hoteles y oferta total de habitaciones[1]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Se trata del número de establecimientos hoteleros que se encuentran en Mérida y la oferta total de habitaciones de los mismos.
¿Que mide el indicador? La cantidad de negocios orientados en las 11 categorías de alojamiento hotelero que son: Hotel, Hostal, Posada, Motel, Cabañas o Bungalows, Villas y similares, Hacienda, Suites o apartamentos, Casa de Huéspedes, Tráiler Park y Boutique.
Información encontrada: Existen 186 establecimientos hoteleros en Mérida y su oferta total de habitaciones es de 7038, las cuales en promedio se dividen en las siguientes categorías:

Cuartos disponibles	
5 estrellas	**1,946**
4 estrellas	**1,482**
3 estrellas	**1,147**
2 estrellas	**590**
1 estrella	**523**
Total destino	**5,688**

[1] Principales indicadores en hoteles y moteles por Centro Turístico del Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México-DATATUR, con base en información generada a través del programa de monitoreo de la ocupación en servicios turísticos de hospedaje, enero a diciembre 2012
http://www.inventur.yucatan.gob.mx/ consultado en julio 2013

4.1.2. Gasto promedio diario per cápita del turista (por segmento)[2]

Tipo de indicador: Cuantitativo

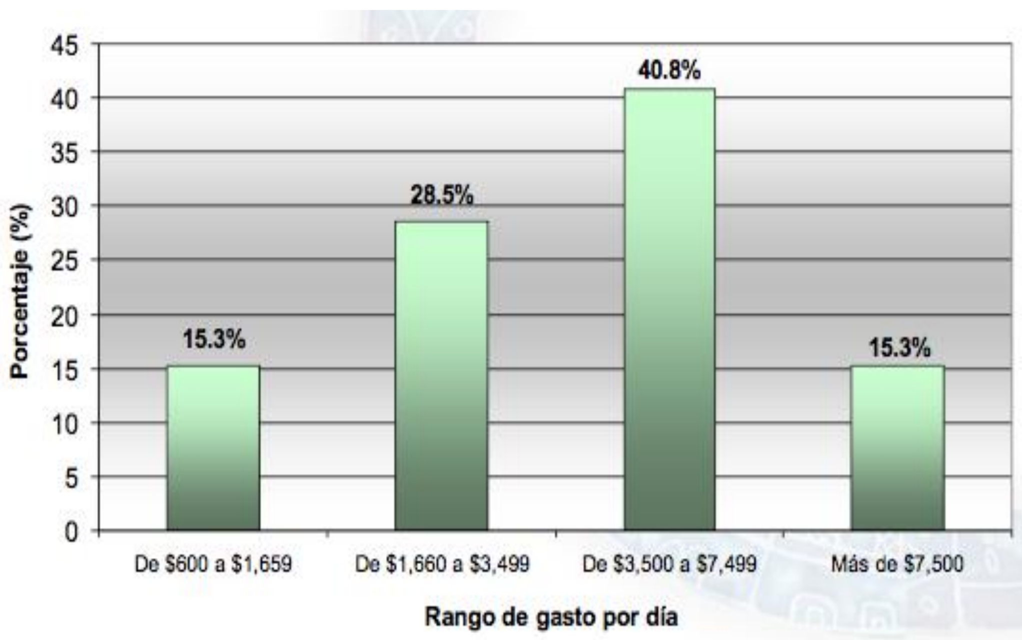
Descripción del indicador: Expresa la cantidad de dinero que el visitante destina por día para conceptos como: hospedaje, alimentos y bebidas, transporte local, souvenirs y artesanías, esparcimiento y diversión, entre otros Incluye el costo de transportación al destino, así como el pago de impuestos.

¿Que mide el indicador? Mide la cantidad de dinero que en promedio gasta diariamente el visitante en el destino.

Información encontrada: Para calcular el segmento de visitantes a hoteles de categoría turística, el universo poblacional fue obtenido a partir de los registros de llegada de turistas a la ciudad de Mérida generados por el programa federal DATATUR para el año 2004. Se eligió un nivel de confianza del 95%, un error estándar de +/- 2.0% y una proporción poblacional de 0.5 a fin de obtener un tamaño de muestra de 2,816 personas.

Resultados: Al analizar el rango de gasto diario total de los visitantes a hoteles de categoría turística de 3 a 5 estrellas la mayor parte de los mismos (40.8%) erogó entre un mínimo de $3,500 y un máximo de $7,499 pesos diarios. Este es un monto total que incluye costo de transportación al destino desde su lugar de origen, costos de hospedaje, alimentos y bebidas, paseos, tours, compra de souvenirs, artesanías y transportación diaria (taxi, autobús, etc.), así como el pago de impuestos y gastos diversos.

Gasto promedio diario per cápita del turista (por segmento)



2 *Encuesta Anual al Turista 2005*, Yucatán, Gobierno del Estado, Secretaría de Turismo, Dirección de Planeación Estratégica, Departamento de Estudios y Estrategias.

4.1.3. Estadía promedio en el destino Mérida[3]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Número de días de estancia en hoteles categoría 1 a 5 estrellas, que en promedio realiza un turista en el destino Mérida

¿Que mide el indicador? Mide el incremento o decremento de la estancia media (pernoctas en los establecimientos hoteleros) de los turistas.

Información encontrada: La estadía promedio en los establecimientos hoteleros en el destino Mérida es de 1.82 días y cada categoría hotelera tiene variaciones, a saber:

Estadía promedio	
5 estrellas	2.02
4 estrellas	1.91
3 estrellas	1.92
2 estrellas	1.15
1 estrella	1.42
Total	**1.82**

4.1.4. Número de restaurantes y bares[4]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Es el registro oficial del número de establecimientos del giro alimentos y bebidas que se encuentran en el destino turístico.

¿Que mide el indicador? La oferta de servicios de los siguientes tipos: Restaurant, Restaurant-Bar, Cafetería, Heladería-repostería y Otros

Información encontrada:

Existen 330 establecimientos de este tipo en el municipio de Mérida.

4.1.5. Número de rutas turísticas en el destino[5]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Se trata de las rutas, entendidas como los tours o circuitos de atractivos o actividades que se desarrollan dentro del destino Mérida

¿Que mide el indicador? El número de rutas, tours o circuitos que se encuentran operando actualmente y por tanto forman parte de la oferta turística del destino Mérida.

---

[3] Principales indicadores en hoteles y moteles por Centro Turístico del Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México-DATATUR, con base en información generada a través del programa de monitoreo de la ocupación en servicios turísticos de hospedaje, enero a diciembre 2012

[4] INVENTUR julio 2013

[5] Catálogo turístico de ventas de Mérida www.merida.yucatan.travel
http://www.adventures-mexico.com/day-trips/merida-cooking-class/?lang=es (consultado julio 2013)

Información encontrada: Existen 14 rutas turísticas de diferente naturaleza (degustación, gastronomía, cultura, historia, arquitectura, compras) que actualmente se encuentran en operación y son parte de los atractivos que ofrecen los tour operadores del destino Mérida.

4.1.6. Oferta cultural de monumentos históricos[6]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: - Son monumentos arqueológicos, artísticos, históricos y zonas de monumentos los determinados expresamente en la LEY FEDERAL SOBRE MONUMENTOS Y ZONAS ARQUEOLÓGICOS, ARTÍSTICOS E HISTÓRICOS y los que sean declarados como tales, de oficio o a petición de parte. El Presidente de la República, o en su caso el Secretario de Educación Pública, expedirá o revocará la declaratoria correspondiente, que será publicada en el "Diario Oficial" de la Federación. (ARTICULO 5o.)

¿Que mide el indicador?: El número de monumentos ubicados en el destino Mérida

Información encontrada: Según la Ley Federal antes mencionada en Mérida existen 61 monumentos, algunos muy conocidos son:

1.- Los arcos: Se puede visitar Los Dragones y los Arcos de San Juan, construidos a fines del siglo XVII como parte de un posible proyecto de fortificación de esta ciudad que nunca se concluyó.

2.-Casa de los Montejo. Edificada en 1549 por los indios de Maní en la parte sur de la plaza principal, fue residencia del fundador de Mérida. Su portada plateresca es un notable ejemplo de la arquitectura civil de la época.

3.- Templo y convento de la Consolación. Conocido también como Las Monjas. El convento se concluyó en 1596. La actual iglesia construida de 1610 a 1633. Su famoso mirador se construyó entre 1645 y 1648. Durante el gobierno del general Salvador Alvarado, hacia 1915-1916, el templo y sus dependencias se retiraron del culto público y fueron destruidos sus retablos.

4.1.7. Transporte terrestre al destino y corridas de autobuses que salen del destino[7]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Es el número de empresas de transporte terrestre que operan o tienen llegada al destino turístico y su promedio de corridas diarias

¿Que mide el indicador?: El número de líneas de transporte terrestre (autobuses y transportes privados) en operación

Información encontrada: Existen 17 líneas de transporte terrestre que operan en el municipio de Mérida y en promedio salen de el, 200 corridas diarias.

---

[6] *Plan de Desarrollo Urbano 2012* (PDUM-2012), Ayuntamiento de Mérida, p 28
LEY FEDERAL SOBRE MONUMENTOS Y ZONAS ARQUEOLÓGICOS, ARTÍSTICOS E HISTÓRICOS, vigente a julio 2013.
http://thematrix.sureste.com/cityview/merida1/articulos/monumen.htm

[7] INVENTUR julio 2013
http://informativoquintanaroo.com.mx/quintana-roo/19174-mayor-demanda-de-autobuses-a-yucatan.html

4.1.8. Inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos[8]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Se trata de un listado general que reúna toda la información referente a la oferta turística del destino Mérida
¿Que mide el indicador? El número de inventarios, catálogos o compilados sobre los atractivos y los servicios turísticos que constituyen la oferta turística del destino Mérida y que actualmente se encuentran disponibles para su consulta
Información encontrada: Existen al menos 3 catálogos vigentes de servicios turísticos en Mérida.
En el ámbito estatal, la Secretaría de Fomento Turístico en convenio con el INAH cuenta con el Catálogo de Productos y servicios turísticos de Mérida, disponible para su consulta en formato impreso, en cd y online en la dirección www.merida.yucatan.travel.
Contiene toda la información sobre el destino, sus rutas turísticas, los expertos en viajes y los prestadores de servicios que operan en municipio de Mérida.
Además la Secretaría de Fomento Turístico del Estado, con base en información proporcionada por los mismos prestadores de servicios locales elaboró el Inventario de Servicios Turísticos del Estado de Yucatán (InvenTur), base de datos que contiene las principales características comerciales de los establecimientos de servicios turísticos estatales.
En el ámbito local, el Ayuntamiento de Mérida 2012-2015 a través de la Subdirección de Turismo, Dirección de Desarrollo Económico cuenta con una página de internet donde se puede consultar sobre Información general de Mérida, Servicios de hospedaje, Cultura e historia, Recorridos turísticos, además de una cartelera de eventos y un chat de información turística.

4.1.9. Número de sitios arqueológicos dentro del destino[9]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Señala el número de asentamientos arqueológicos reconocidos por el INAH que mide el indicador: La oferta de bienes culturales en el destino turístico
Información encontrada: El Artículo 39 de la Ley Federal Sobre Monumentos y Zonas Arqueológicos, Artísticos e Históricos define como Zona de monumentos arqueológicos al área que comprende varios monumentos arqueológicos inmuebles, o en que se presuma su existencia.
En el municipio de Mérida según el Programa de Desarrollo Urbano de Mérida 2010 se registraron 176 sitios arqueológicos, y que a la fecha ha aumentado a 220 sitios. De estos, sólo un pequeño número de sus vestigios muestran la arquitectura maya antigua en la Mérida actual. Solamente uno de ellos, Dzibilchaltún, ubicada a 16 kms.

---

[8] http://www.merida.gob.mx/turismo/
http://www.inventur.yucatan.gob.mx/conceptos.php
[9] Ley Federal Sobre Monumentos y Zonas Arqueológicos, Artísticos e Históricos consultado julio 2013
http://www.inventur.yucatan.gob.mx/rptzonas_arqueologicas.php
http://www.inah.gob.mx/home

al norte de Mérida, sobre la carretera Mérida-Progreso, desviación Chablekal, se encuentra abierto oficialmente al público y bajo el cuidado directo del INAH y la gestión compartida con CULTUR del Gobierno del Estado.

4.1.10. Oferta cultural de Museos[10]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Un museo es una institución de carácter permanente y no lucrativo al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público que exhibe, conserva, investiga, comunica y adquiere, con fines de estudio, educación y disfrute, la evidencia material de la gente y su medio ambiente. Consejo Internacional de Museos ICOM (artículo 2)

¿Qué mide el indicador? El número de museos que tiene el destino turístico de Mérida, es un indicador de oferta cultural

Información encontrada: Actualmente en el municipio de Mérida existen 14 recintos que operan bajo la denominación de museos.

1.- Museo de Antropología e Historia “Palacio Cantón” Av. Paseo de Montejo No. 485 por 43, Centro. Teléfonos: 923 05 57 Martes a Domingo de 8:00 a 17:00 Hrs. Lunes cerrado.

2.- Museo de la Ciudad de Mérida. Calle 56 •# 529 A, x 65 y 65 A Centro, Parque Eulogio Rosado. Martes a Viernes 9:00 a.m. a 8:00 p.m. Sábados y Domingos 9:00 a.m. a 2:00 p.m. Teléfono 923 68 69 / 9 24 42 64 / 924 42 73

3.- Museo de Historia Natural Calle 59 No. 648 por 84 y 84 A Costado norte del Parque Zoológico de "El Centenario". Martes a Domingo de 9:00 a 15:00 horas Teléfono 9 24 09 94.

4.- Planetario “Arcadio Poveda Ricalde” Sala Caracol. Centro Cultural de Mérida Olimpo. Calle 62 s/n por 61 y 63 Centro. De martes a domingo de 10:00 a 20:00 hrs. Teléfono 9 42 00 00 ext. 80124

5.- Museo de Arte Contemporáneo Ateneo de Yucatán “MACAY” Pasaje de la Revolución entre 58 y 60, Centro. Miércoles a Lunes de 10:00 a 18:00 hrs. Cerrado los martes. Teléfono: (52-999) 928-3258 y 928-3236.

6.- Museo de Arte Popular de Yucatán. Calle 50 a x 57 no. 487, Centro. Teléfono 9 28 52 63 Martes a Sábado de 10:00 a 17:00 horas Domingo de 10:00 a 15:00 horas.

7.- Museo Conmemorativo de la Inmigración Coreana a Yucatán. Calle 65 No. 397 A entre 44 y 46, Centro. De martes a viernes de 10:00 a 13:00 y de 14:00 a 17:00 horas, sábados y domingos de 10:00 a 13:00 horas Cerrado los lunes.

8.- Pinacoteca del Estado “Juan Gamboa Guzmán”. Calle 59 sin número por 58 y 60, Centro, Mérida, Yucatán Martes a sábado de 9:00 a 17:00 horas Domingos de 10:00 a 17:00 horas Teléfono 9 24 52 33

9.- Museo del Pueblo Maya de Dzibilchaltún. Zona Arqueológica de Dzibilchaltún. Km 6.5 Carretera a Chablekal. Municipio de Mérida. De Martes a Domingo de 8:00 a 16:00 hrs. Teléfono (999) 9 11 00 69

---

[10] http://museosdemerida.blogspot.mx/2012/07/los-museos-te-invitan-visitarlos.html
http://www.merida.gob.mx/turismo/contenido/cultura/museos.htm
http://www.museosdemexico.org/museo.php
http://granmuseodelmundomaya.com

10.- Museo de los Ferrocarriles de Yucatán A.C. Calle 43 no. 429 Col. Industrial. * Cerrado al público temporalmente por mantenimiento. 11.- Museo Vivo de Plantas *Xíitbal neek´* (Lugar donde brotan las Semillas) Centro de Investigación Científica De Yucatán A.C. Calle 43 no. 130 Col Chuburná de Hidalgo Ex Hacienda *Xcumpich* Teléfono :(52) 999 942 83 30-Fax :(52) 999 981 39 00 Visitas de lunes a viernes de 8:00 a 16:00 hrs.
12.- Museo de la Canción Yucateca A.C. Calle 57 no. 464 entre 48 y 50 Barrio de Mejorada. Martes a Viernes de 9.00 am a 17.00 horas sábados y domingos de 9.00 am a 15:00 horas Teléfono: 9237224 y 9283860
13.- Museo Casa Montejo Ubicación: Calle 63 No 506 x 60 y 62, Centro. C.P. 97000 Horarios: Martes – Sábado: 10:00 a 19 hrs. Domingos: 10:00 a 14:00 hrs. Teléfonos: 924.10.11 ext. 25540 y 25547
14.- Gran Museo del Mundo Maya C. 60 Norte. Unidad Revolución, Ex-Cordemex.

4.1.11. Número de declaratorias de Patrimonio de Cultura Inmaterial de la UNESCO[11]

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Señala el número de declaratorias de Patrimonio de Cultura Inmaterial de la UNESCO existen en el destino Mérida y se encuentran vigentes.
Que mide el indicador: La oferta de bienes culturales en el destino turístico
Información encontrada:
En el destino Mérida están vigentes dos declaratorias de Patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO:
1.- Fiestas indígenas dedicadas a los muertos (2008)
2.- Cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva (2010)

4.1.12. Oferta cultural de zonas de monumentos históricos[12]

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Son monumentos arqueológicos, artísticos, históricos y zonas de monumentos los determinados expresamente en la LEY FEDERAL SOBRE MONUMENTOS Y ZONAS ARQUEOLÓGICOS, ARTÍSTICOS E HISTÓRICOS[13] y los que sean declarados como tales, de oficio o a petición de parte.
El Presidente de la República, o en su caso el Secretario de Educación Pública, expedirá o revocará la declaratoria correspondiente, que será publicada en el "Diario Oficial" de la Federación. (ARTICULO 5o.)
¿Que mide el indicador?: El número de zonas de monumentos históricos ubicados en el destino Mérida
Información encontrada:

---

[11] http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002
http://www.merida.gob.mx/finanzas/portal/interes/contenido/hanal_pixan/hanalp.html
[12] http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/131.pdf
http://thematrix.sureste.com/cityview/merida1/articulos/monumen.htm
Plan de Desarrollo Urbano 2012 (PDUM-2012), Ayuntamiento de Mérida, p 28
[13] LEY FEDERAL SOBRE MONUMENTOS Y ZONAS ARQUEOLÓGICOS, ARTÍSTICOS E HISTÓRICOS, vigente a julio 2013.

Asimismo el centro histórico de la ciudad desde 1982 fue nombrada por el INAH y protegida por decreto como ZONA DE MONUMENTOS HISTÓRICOS DE LA CIUDAD DE MÉRIDA, la cual quedó definida de la siguiente forma:
Zona ubicada dentro de los límites del polígono decretado en 1982 como Zona de Monumentos históricos de la Ciudad de Mérida, está bajo la protección del INAH, por la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológica, Artística e Histórica y por su Reglamento. Asimismo, la Declaratoria de Zonas de Patrimonio Cultural del Municipio de Mérida de 2007, contribuye a la protección de algunas áreas de este tipo de patrimonio.
La parte más importante de la zona de Patrimonio Cultural Edificado, es la que corresponde a la convergencia del Centro Urbano de la Ciudad Patrimonio y que históricamente ha sido la sede de los poderes, civil, administrativo, ideológico y militar, misma que está conformada por el asentamiento maya de *T'ho* y la ciudad colonial o virreinal de Mérida, desde su fundación hasta la época actual, con sus diversas modernidades, y que se define como la zona comprendida por las manzanas ubicadas en el centro de la ciudad, alrededor de la plaza principal y su conexión con la zona del Cuartel o Castillo de San Benito, cuyos usos son predominantemente comerciales y de servicios, y albergan los poderes públicos. La autorización en materia de Usos del Suelo de un predio ubicado en esta zona no está condicionada a su ubicación en ésta. Cualquier intervención física, deberá contar con una autorización emitida por el INAH y cualquier otra instancia correspondiente en materia de protección del patrimonio y sujetarse a la propuesta del proyecto de intervención ya las recomendaciones que en ella se estipulen.

4.1.13. Número de agencias de viajes[14]

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Es el número oficial de empresas turísticas registradas para dedicarse a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios y a la elaboración y venta de productos turísticos
¿Que mide el indicador? El número de agencias de viajes que ofrecen servicios y demás productos turísticos en el destino Mérida.
Información encontrada:
Existen 55 agencias de viajes mayoristas registradas en el estado de Yucatán. 52 de ellas se localizan en la ciudad de Mérida. Se tienen registradas en el estado de Yucatán un total de 145 agencias de viajes.

4.1.14. Número de discotecas y bares[15]

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Es el rnúmero de establecimientos con giros comerciales de Discoteca, Bar, Centro Nocturno y Video Bar en el destino Mérida
¿Que mide el indicador? La variedad de la oferta de entretenimiento nocturno
Información encontrada: Existen 29 establecimientos registrados en el directorio turístico Inventur y en el directorio comercial de Mérida.

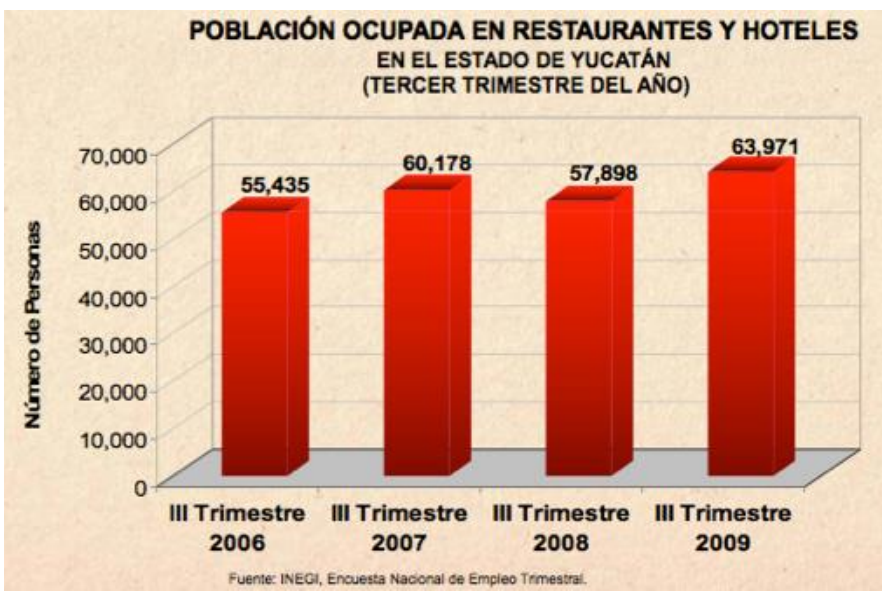
---
[14] INVENTUR julio 2013
[15] http://www.inventur.yucatan.gob.mx
http://directoriomerida.com/category/antros-y-bares/ consultado en julio 2013

4.2. DEMOCRATIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

Objetivo: Aumentar el flujo de inversiones y financiamiento a las empresas turísticas ubicadas en el destino con el fin de que se generen más empleos en el sector y en mejores condiciones.
Estrategia: Diseño e instrumentación del Programa de Promoción Integral de Inversiones Turísticas
Líneas de Acción: Esquema de incentivos fiscales; Ventanilla de atención para trámites gubernamentales; Esquemas de asociacionismo: gran comprador – pequeño proveedor

Indicadores:

4.2.1. Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico[16]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Aumento anual del número de empleos relacionados con las actividades turísticas.
¿Qué mide el indicador?: El aumento o disminución en el número de empleos del destino.
Información encontrada: Crecimiento del 15.40% en el año 2009 respecto al 2006. Población ocupada en servicios de alojamiento temporal y alimentos y bebidas en Yuc: 72000 en 2012, lo que nos da un crecimiento del 12.55% con respecto al 2009.



[16] Informe mensual sobre resultados de la actividad turística del Estado de Yucatán 2009, SEFOTUR. INEGI, Encuesta Nacional de Empleo, 2012

4.2.2. Participación porcentual de las actividades turísticas[17]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: El impacto de la actividad turística en el desarrollo económico y social puede ser evaluado a partir de la participación del turismo en la generación de la riqueza, lo cual puede medirse en los resultados registrados en la balanza de pagos y en el porcentaje de aportación de este sector al PIB y de su capacidad para generar empleos bien remunerados.

¿Qué mide el indicador?: La participación del turismo en la generación de la riqueza de un sitio y su capacidad para generar empleos bien remunerados.

Información encontrada: La participación porcentual dentro de los servicios del municipio; representando para el 2009- casi una cuarta parte de las unidades económicas, el 12.44% de la producción bruta total y el 10.52% del valor agregado censal bruto.

Periodo	Dato
2011	2.87
2010	2.69
2009	2.61
2008	2.94
2007	2.79
2006	2.88
2005	3.26
2004	3.15
2003	3.29

Participación porcentual de las actividades turísticas en el Estado de Yucatán

CARÁCTERÍSTICAS ECONÓMICAS SELECCIONADAS DE LAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS RELACIONADOS AL TURISMO

	SECTOR	UNIDADES ECONÓMICAS a/	PERSONAL OCUPADO b/	REMUNERA-CIONES TOTALES	ACTIVOS FIJOS c/	VALOR AGREGADO CENSAL BRUTO		
						Total	Participación en el total nacional (%)	Lugar nacional
				(Miles de pesos)				
	Total	28 969	145 211	5 313 753	19 755 654	14 173 911	1.0	17° de 32
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
72	Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	31.6	26.3	11.3	15.3	13.0	1.7	22° de 32
		9 154	38 190	600 454				

a/ Comprende unidades productoras y auxiliares.
b/ Promedio aritmético que resulta de dividir la suma del personal ocupado de cada mes entre el número de meses trabajados.
c/ Al 31 de diciembre de 2008.

INEGI, Perspectiva económica de Yucatán 2011

[17] SECTUR, El turismo en México, 2002, Secretaría de Turismo, México, Versión electrónica disponible en: http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect.Estadísticas_del_Sector

4.2.3. PIB Turístico del Destino (Mérida)[18]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: El Producto Interno Bruto (PIB) Turístico del Destino es el saldo contable de la cuenta de producción total de la actividad turística que resulta de restar el Valor Bruto de Producción (VBP) al monto del Consumo Intermedio (CI).

¿Qué mide el indicador?: El saldo financiero neto, que la actividad turística presenta anualmente en un sitio.

Información encontrada:

PIB Turístico de Yucatán en 2011 fue de 3´653,840.00

PIB Total en Yucatán en 2011 fue de 187´084,056 , el 1.95% lo aportó el sector turístico.

PIB Total en Yucatán en 2010 fue de 175´015,847.0 , el 2.5% lo aportó el sector turístico. con ello ocupó el lugar nacional No. 23.

Periodo	Dato
2011	3,653,840
2010	3,307,075
2009	3,077,093
2008	3,552,670
2007	3,364,706
2006	3,271,345
2005	3,509,954
2004	3,241,301
2003	3,153,347

Unidad de medida: Miles de pesos constantes a precios básicos

4.2.3. Número de empleos (directos) en el sector turístico[19]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Población ocupada en actividades relacionadas directamente con el Sector Turístico en el Estado de Yucatán (empleos relacionados con hospedaje, restaurants, agencias de viaje, guías de turistas, otros servicios al turista).

¿Qué mide el indicador?: La cantidad de personas que trabajan (empleos directos) en la industria turística del Estado.

Información encontrada: La población ocupada en la industria turística en el Estado fue la siguiente: en 2012: 72,000 trabajadores; en 2009: 63, 971 trabajadores; en 2008: 61,130 trabajadores; en 2007: 60, 178 trabajadores; 2006: 55,435 trabajadores. En Yucatán en el 4º trimestre de 2012 existían 935,273 personas ocupadas (PEA=957,957)* En el sector turismo el 7.7% de ellas

[18] INEGI. Sistema de cuentas Nacionales de México
SECTUR, El turismo en México, 2002, Secretaría de Turismo, México, Versión electrónica disponible en http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect.Estadísticas_del_Sector.

[19] INEGI 2010, Encuesta Nacional de Empleo Trimestral**;** INEGI 2012, Encuesta Nacional de Empleo Trimestral; * Observatorio Económico de la Universidad Anahuac-Mayab, 2012

4.2.4. Participación del Turismo en la Economía Nacional[20]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Es el porcentaje que el sector turístico aporta a al mismo sector a nivel nacional.

¿Qué mide el indicador?: La participación porcentual del Estado en materia de turismo en la actividad económica nacional.

Información encontrada:

Periodo	Dato
2011	1.61
2010	1.49
2009	1.43
2008	1.53
2007	1.46
2006	1.45
2005	1.58
2004	1.47
2003	1.48

Participación porcentual de las actividades turísticas del Estado de Yucatán en la economía nacional.

4.2.5. Tasa de Desempleo[21]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Tasa de ocupación parcial y desocupación (TOPD1). Porcentaje de la población económicamente activa (PEA) que se encuentra desocupada, más la ocupada que trabajó menos de 15 horas.

¿Qué mide el indicador?: El porcentaje de personas que se encuentran desocupadas en el Municipio de Mérida.

Información encontrada: La tasa de desempleo en el Municipio de Mérida en 2011 fue de 3.7%.



[20] INEGI. Sistema de cuentas Nacionales de México
SECTUR, El turismo en México, 2002, Secretaría de Turismo, México, Versión electrónica disponible en http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect.Estadísticas_del_Sector.

[21] INEGI: Encuesta Nacional de Empleo; Perspectiva Estadística de Yucatán, Dic. 2011.

4.2.6. Nivel de bienestar (calidad de vida)

Tipo de indicador: Cualitativo

Descripción del indicador: Se entiende por bienestar el estado por el cual una persona se siente satisfecha con su vida. El bienestar es un estado ideal al cual aspiran, en general, todos los seres humanos[22].La calidad de vida es el grado en el cual las necesidades objetivas de los seres humanos son alcanzadas en relación con las percepciones personales o grupales del bienestar subjetivo[23].

¿Qué mide el indicador?: El grado en cual se alcanzan las necesidades objetivas de los seres humanos en relación a las percepciones personales o grupales del bienestar-

Información encontrada: Las ciudades de Querétaro (83%) en el centro del país, Mérida (80%) en el sureste, y Hermosillo (86%) en el norte son las que gozan del mayor Índice de Calidad de Vida (Incavi), de acuerdo con la percepción de sus propios habitantes[24]. La ciudad de Mérida es considerada, según la empresa de opinión pública Consulta Mitofsky, como una de las 10 urbes de la Republica más aptas nivel nacional en materia de seguridad, calidad de vida, educativa y turística[25].

4.2.7. Índice de Rezago social[26]

Tipo de indicador: Cualitativo

Descripción del indicador: El índice de Rezago Social (IRS) es una medida que en un solo índice agrega variables de educación, de acceso a servicios de salud, de servicios básicos en la vivienda, de calidad y espacios en la misma, y de activos en el hogar, proporciona el resumen de cuatro carencias sociales de la medición de pobreza del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL).

¿Qué mide el indicador?: El nivel de educación, de acceso a servicios de salud, de servicios básicos en la vivienda, de calidad y espacios en la misma, y de activos en el hogar, en determinado lugar con respecto a otro.

Información encontrada: El grado de rezago social para el Municipio de Mérida es **bajo**, es parte de las 255 localidades que comparten este grado en Yucatán. Ver a continuación el plano de Resago social por localidad.

---

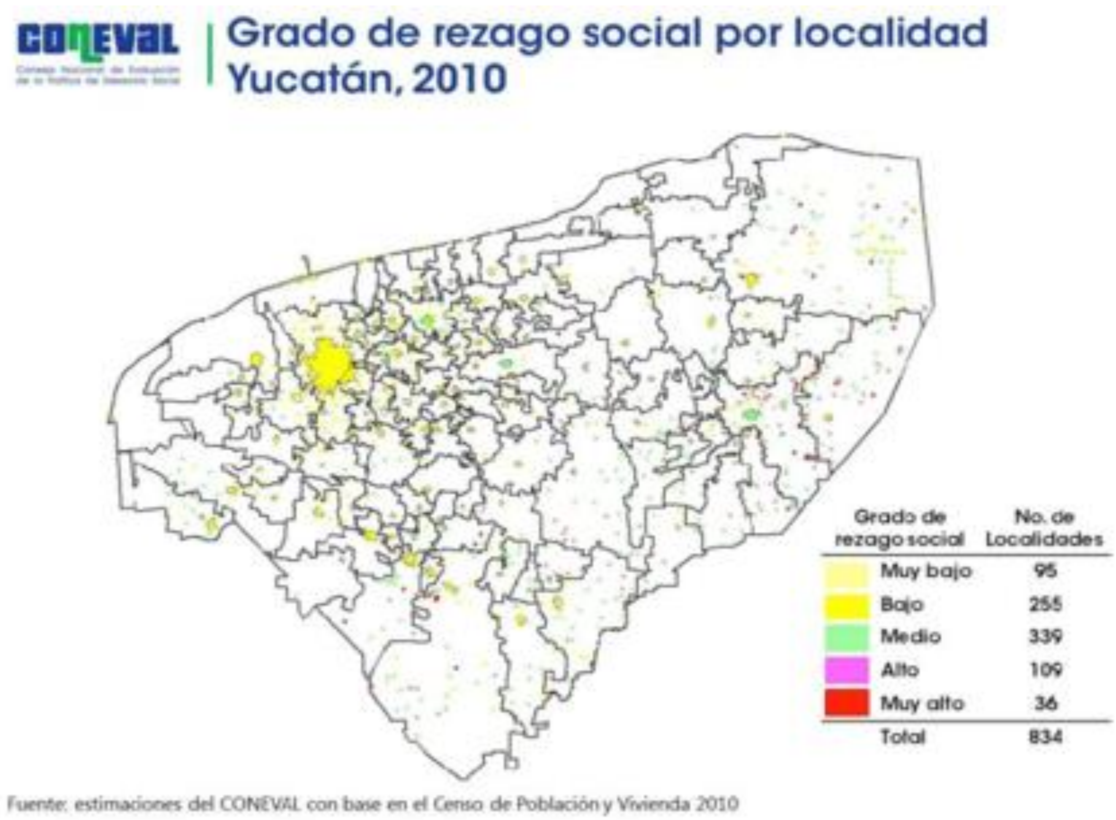
[22] García J. Hacia un nuevo sistema de indicadores de bienestar http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/especiales/revistainter/RevistaDigital2/Doctos/RDE_02_Art5.pdf

[23] Costanza, R. et al. An integrative approach to quality of life measurement, research, and policy. Surv. Perspect. Integr. Envir. Soc., 1, 11-15, 2008, www.surv-perspect-integr-envirsoc.net/1/11/2008/

[24] Encuesta nacional Las Ciudades más Habitables 2012, levantada por Gabinete de Comunicación Estratégica GCE / Kaleydoscopio.mx.

[25] Encuesta realizada entre mil personas mayores de edad con credencial de electoral del 10 al 13 de diciembre del 2010 http://www.consulta.mx/Estudio.aspx?Estudio=vivir-descansar-trabajar.

[26] En http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/%C3%8Dndice-de-Rezago-social-2010.aspx **;** http://www.coneval.gob.mx/coordinacion/entidades/Documents/Yucatan/principal/31informe2012.pdf (Consultado el 28 de Julio de 2013)



4.2.8. Índice de Marginación

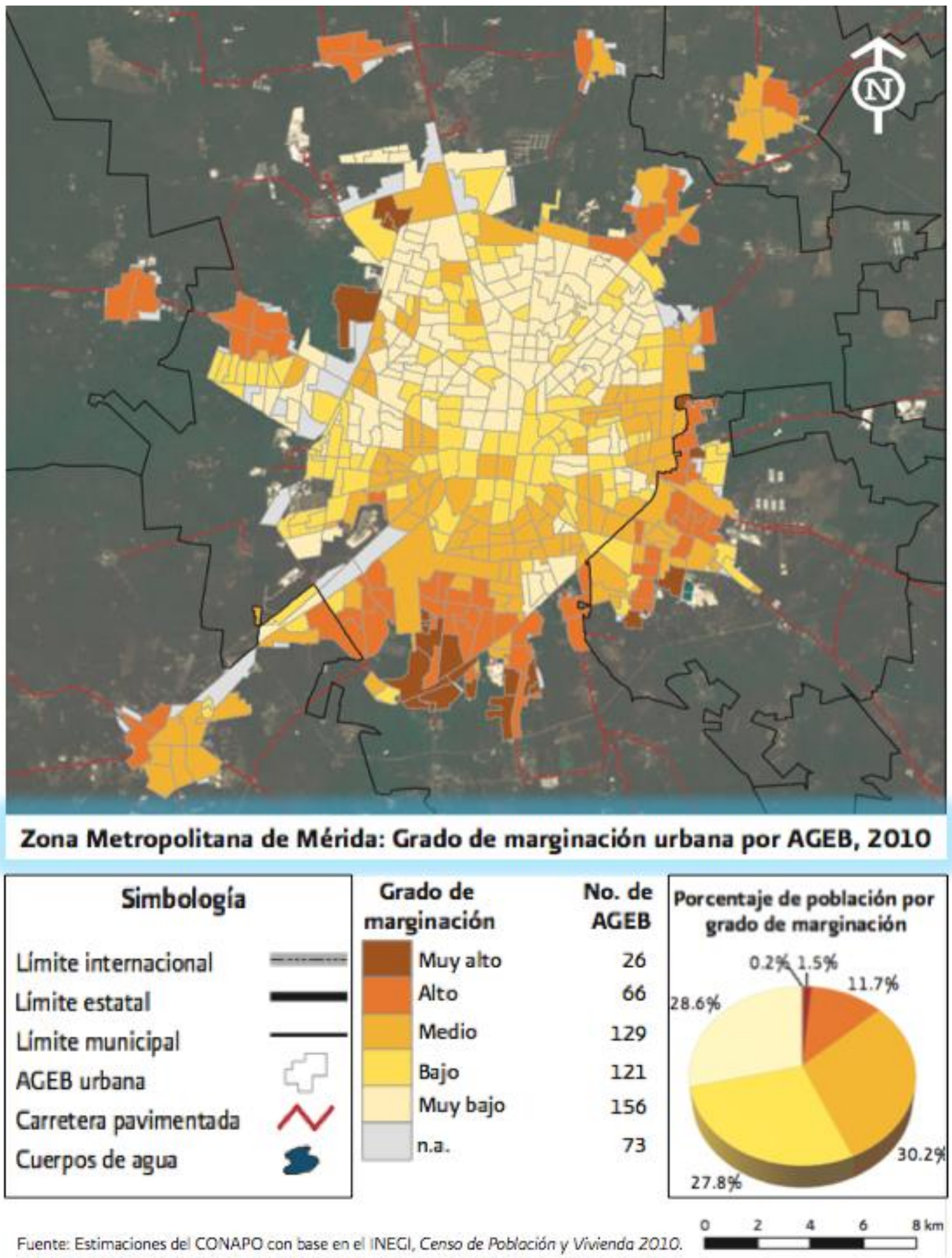
Tipo de indicador: Cualitativo

Descripción del indicador: Según la Consejo Nacional de Población (CONAPO), el índice de Marginación es una medida-resumen que permite diferenciar entidades federativas y municipios según el impacto global de las carencias que padece la población, como resultado de la falta de acceso a la inadecuadas, la percepción de ingresos monetarios insuficientes y las relacionadas con la residencia en localidades pequeñas.

¿Qué mide el indicador?: El nivel de las carencias que padece la población, como resultado de la falta de acceso a las inadecuadas, la percepción de ingresos insuficientes y las relacionadas con la residencia en localidades pequeñas.

Información encontrada: El porcentaje de población por grado de marginación en la zona metropolitanna de Mérida es el siguiente: 30.2% grado Medio; 28.6% Muy bajo; 27.8% Bajo; 11.7% alto; 1.5% Muy alto y 0.2 n.a[27]. Ver plano a continuación, de Grado de marginación urbana por AGEB, 2010.

[27] Fuente: Estimaciones del CONAPO con base en el INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010.



Grado de Marginación Urbana por AGEB, 2010

4.2.9. Salario Promedio Diario de Cotización

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Este indicador se refiere al número de salarios mínimos de acuerdo al valor del salario medio de cotización al IMSS. Sueldo promedio diario de trabajadores que cotizan en el IMSS expresado en salarios mínimos de la zona B (ZMG) y Zona C (resto del estado). El salario base de cotización se integra con los pagos hechos en efectivo por cuota diaria y las gratificaciones, percepciones, alimentación, habitación, primas, comisiones, prestaciones en especie y cualquier otra cantidad o prestación que se entregue al trabajador por sus servicios.

¿Qué mide el indicador?: Las posibilidades económicas del trabajador que cotiza en el IMSS.

Información encontrada: 3.20 para Yucatán, Junio 2013 (S.M. 2013 área geográfica "B" = $61.38)[28]

4.3. SUSTENTABILIDAD TURISTICA

Objetivo: Mejoramiento y conservación del entorno e infraestructura turística y la creación de mecanismos de certificación de la actividad en sus diferentes facetas.

Estrategia: Fortalecer y consolidar la sustentabilidad turística del destino Mérida y sus alrededores,

Líneas de Acción:

Manejo sustentable de aguas residuales y alcantarillado.

Manejo sustentable de desechos sólidos.

Generación y uso de energías limpias y renovables.

Aplicación integral del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo.

Aplicación integral de la certificación turística municipal.

Desarrollar programas de concientización turístico ambiental entre los turistas y la población local.

Indicadores:

4.3.1. Porcentaje de cobertura de drenaje y alcantarillado

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Se entenderá por tratamiento de aguas residuales a aquella infraestructura y proceso que elimina la contaminación del agua parcial o totalmente.

¿Qué mide el indicador?: Este indicador informa la infraestructura y cantidad de agua residual en proceso de manejo y tratamiento.

Información encontrada: Para 2010 se cuenta con un total de 24 plantas de tratamiento de aguas residuales, en diferentes puntos de la zona conurbada de la ciudad de Mérida, lo cual cubre solamente el 14.5% de las aguas residuales generadas, y de manera puntual en cada domicilio mediante el uso de fosas sépticas o sea el 85.5% restante.

---

[28] Base de datos Salario Medio de Cotización al IMSS por Entidad Federativa 2006 - 2013/Julio. México: 2013.

No existe en el estado los sistemas de alcantarillado de agua pluvial eficientes, para desalojar las aguas provenientes de las lluvias, la ciudad emplea rejillas para el desahogo pluvial que se genera en las calles[29].

4.3.2. Programa para el manejo integral de desechos sólidos.
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Este programa atiende el manejo integral de los desechos sólidos, contando con a la infraestructura y equipamiento necesarios y utilizados para estos fines.
¿Qué mide el indicador?: Mide el porcentaje y efectividad del manejo integral de desechos sólidos.
Información encontrada: El municipio de Mérida cuenta con un relleno sanitario localizado en el poniente de la ciudad, el cual da cobertura a todo el municipio e incluye un sistema de captación, extracción y quema de gas metano, operado por la empresa SETASA desde hace 15 años. Aquí ingresan aprox. 740 toneladas diarias de residuos sólidos.
La recolección se concesiona a 3 empresas particulares y una paramunicipal. El municipio tiene una planta de producción de composta y tiene una planta de separación de residuos concesionada a la fecha pero, con muchos problemas operativos[30].

4.3.3. Iniciativa de planes y programas en materia de educación ambiental educativo y privado.[31]
Tipo de indicador: Cualitativo.
Descripción del indicador: Promueve el desarrollo armónico con el medio ambiente e inducir a participar en la seguridad e higiene del entorno en el que se desarrollan, así como a converger vinculantemente con una visión de prevención de los problemas asociados a las actividades recreativas, turísticas y de riesgos por eventualidades y contingencias ambientales naturales e inducidas.
La educación ambiental es una corriente de pensamiento y acción. El reconocimiento oficial de su existencia y de su importancia se produce en la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Humano (Estocolmo, 1972).
¿Qué mide el indicador?: La manera en que el ser humano se relaciona con su medio ambiente y la conciencia que adquiere para su cuidado y buen manejo.
Información encontrada: Existen diversas acciones municipales y estatales emprendidas tales como:
- Proyecto Educativo para la Promoción de una Cultura Ambiental como Forma de Vida.
- Educación Ambiental en materia de Residuos Sólidos.
- Programa radiofónico Ecoestereo.
- Comités de Desarrollo Sustentable y Participación Social.
- Ubicación de contenedores para la recolección de celulares y pilas.

[29] Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015, paginas; 45,47, 48.
[30] Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015, paginas; 45,47, 52.
[31] SEDUMA: Director de Educación Ambiental - Mauricio Quijano tel. 9303380 ext. 44012. www.seduma.yucatan.gob.mx

4.3.4. Programa de acciones de conservación del Patrimonio[32].

Tipo de indicador: Cualitativo.

Descripción del indicador: Este indicador pretende valorar las acciones para; identificar, recuperar, conservar y preservar a los sitios y edificaciones patrimoniales y como fin devolverlos a la funcionalidad, integrarlos a las necesidades de la vida actual y futura, aprovechando su potencial utilitario para preservarlos como bienes culturales.

Igualmente busca conciliar el interés turístico y la promoción cultural, con acciones que propicien la conservación y protección de los Sitios y monumentos Históricos y su entorno natural para que puedan aportar beneficios directos a los pobladores.

¿Qué mide el indicador?: Las estrategias, planes, programas y actividades desarrolladas ó planificadas para la conservación del patrimonio municipal.

Información encontrada: Decreto No. 29929 del 24/Julio/2003 del Programa estatal de preservación del patrimonio cultura arquitectónico.

Programa de rescate de fachadas de predios del Centro Histórico.

Programa de Patrimonio arqueológico.

Programa Patrimonio natural – Identificación de cenotes.

Programa de difusión al patrimonio cultural e impartición de eventos.

4.3.5. Áreas naturales protegidas[33].

Tipo de indicador: Cuantitativo.

Descripción del indicador: Este indicador enuncia la cantidad de áreas naturales protegidas que han sido decretadas a lo largo y alrededor del municipio.

¿Qué mide el indicador?: Cantidad de áreas naturales protegidas decretadas.

Información encontrada: La Reserva Ecológica Cuxtal fue decretada el 28 de junio de 1993 con una zona sujeta a conservación ecológica con una extensión de 10,757 hectáreas, dentro de las cuales se encuentran incluidas dos comisarías (Molas y Dzununcán) así como siete subcomisarías (X’matkuil, Tahdzibichén, San Pedro Chimay, Hunxectamán, San Ignacio Tesip, Dzoyaxché y Santa Cruz Palomeque) de las que destacan siete cascos de hacienda de las mismas.

Dentro de esta extensión se encuentra la primera zona de captación de agua para el suministro de la ciudad (Planta Potabilizadora Mérida 1), que surte el 40% del consumo del líquido a la ciudad.

Dzibilchaltún; Esta área es declarada Parque Nacional en el decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de abril de 1987, con un extensión de 539.43 has. El área es una importante fuente de regulación de clima, hábitat para múltiples especies de flora y fauna.

4.3.6. Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico[34].

Tipo de indicador: Cualitativo.

---

[32] Dirección de Desarrollo Urbano Municipal: Sub-Dirección de Patrimonio Municipal, Área de difusión y enlace; Arq. Cintya González M. tel: 9480038 ext. 81035; SEDUMA: Arq. Mario A. Rejón Torres, Departamento de Conservación del Patrimonio Cultural Arquitectónico; tel. 9303383 ext. 44040.

[33] http://www.merida.gob.mx/ecomerida/cuxtal001.htm; Ayuntamiento de Mérida: Portal: www.merida.gob.mx/municipio; PDF- Antecedente PDUM 2012.

[34] SEFOTUR: L.E. Raúl A. Paz Noriega. tel. 9303760, ext. 22018.

Descripción del indicador: Impulsar el desarrollo ordenado y sostenible de la actividad urbano–turística en la zona de estudio, estableciendo las estrategias, acciones e inversiones en el corto, mediano y largo plazos para salvaguardar la zona de monumentos arqueológicos y atractivos culturales, dada su importancia como patrimonio de la humanidad, aprovechando esta belleza para impulsar la actividad turística como un detonador del desarrollo regional en beneficio de sus habitantes.
¿Qué mide el indicador?: Las estrategias desarrolladas (planes, programas, proyectos) para el fomento de la actividad turística municipal.
Información encontrada: Programa Sectorial de Desarrollo Urbano–Turístico de los Centros de Población de X–Calakoop, Pisté y de la Zona de Monumentos Arqueológicos de Chichén–Itzá, Municipio de Tinum, Yucatán, promovido por el Gobierno del Estado de Yucatán y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). No se encontró información de este tipo para el municipio de Mérida.

4.3.7. Ordenamiento ecológico territorial decretado[35].

Tipo de indicador: Cualitativo.
Descripción del indicador: Es el instrumento de política ambiental que permite regular e inducir los usos del suelo y las actividades productivas, con el fin de lograr la protección del medio ambiente y la preservación y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales, a partir del análisis de las tendencias de deterioro y las potencialidades de aprovechamiento de los mismos.
¿Qué mide el indicador?: El uso y aprovechamiento racional de los recursos naturales.
Información encontrada: Publicado en el Diario Oficial el viernes 7 de Septiembre del 2012, El Programa de Ordenamiento Ecológico General del Territorio (POEGT) es un instrumento de política pública sustentado en la Ley General del Equilibrio Ecológico y la protección Ambiental (LGEEPA) y en su Reglamento en materia de Ordenamiento Ecológico. Es de observancia obligatoria en todo el territorio nacional y tiene como propósito vincular las acciones y programas de la Administración Pública Federal que deberán observar la variable ambiental en términos de la Ley de Planeación.

4.3.8. Programa de Manejo de Riesgos[36].

Tipo de indicador: Cualitativo.
Descripción del indicador: Enuncia los mecanismos para el manejo de riesgos y las estrategias de Protección civil municipal.
¿Qué mide el indicador?: La seguridad y el resguardo de la población civil en caso de siniestros.
Información encontrada: -Ley municipal de protección civil de Mérida.
Se definen a los fenómenos perturbadores como son: ciclones, tormentas eléctricas, desbordamientos, epidemias, plagas, disturbios sociales, interrupciones de servicios

[35] SEDUMA: Ing. José Arellano. tel. 9303383 ext. 44033.
www.seduma.yucatan.gob.mx
www.semarnat.gob.mx
[36] Pagina del Ayuntamiento: www. merida.gob.mx/finanzas/portal/pcivil

vitales, concentración masiva, por lo tanto es necesario hacer un **plan de manejo integrado** de riesgo de desastre.
Este Plan de Manejo Integrado; se convierte en una herramienta de la población con la que se da inicio a la preparación de respuesta, por lo cual se organiza un Comité de Protección Civil Municipal y las siguientes brigadas:

- De Monitoreo
- De Alerta
- De Evacuación
- De Refugios/Albergues
- De Alimentos
- De Búsqueda y Rescate
- De Evaluación de Daños y Análisis de Necesidades (EDAN)
- De Salud
- De Centros de acopio y distribución de ayuda humanitaria
- De Limpieza y Saneamiento
- De Recuperación

Existen 18 refugios temporales en Merida.

4.3.9. Aplicación del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo[37].

Tipo de indicador: Cualitativo.
Descripción del indicador: Este indicador pretende describir los mecanismos de sustentabilidad turística aplicados al sector y que de esta manera se regule el desarrollo y crecimiento de la actividad turística.
¿Qué mide el indicador?: La sustentabilidad en la actividad turística.
Información encontrada: La Secretaría de Turismo encabeza el Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano, propuesta que se fundamenta en el trabajo conjunto de los tres niveles de gobierno, los empresarios turísticos, la academia, las ONG's y la comunidad en su conjunto, para mejorar el desarrollo de los destinos turísticos y las condiciones de vida de las comunidades receptoras.
En su papel de promotor y coordinador de los apoyos federales para la aplicación de la Agenda 21, el Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Turismo, publicó un documento donde establece el marco de acción, para garantizar el desarrollo sustentable de la actividad turística en nuestro país.
En el Municipio de Mérida (según el informante) aún no se aplican indicadores de sustentabilidad turística en el sector.

4.3.10. % de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos[38].

Tipo de indicador: Cuantitativo.
Descripción del indicador: NO APLICA EN MERIDA (según el informante).
¿Qué mide el indicador?: La calidad ambiental en establecimientos y equipos.

---

[37] SEFOTUR: L.E. Raúl A. Paz Noriega. tel. 9303760, ext. 22018, http://www.sectur.gob.mx
Programa de turismo sustentable en México AGENDA XXI.
[38] SEFOTUR: L.E. Raúl A. Paz Noriega. tel. 9303760, ext. 22018.

Información encontrada: Según nuestro informante, a la fecha este tipo de certificación no aplica en Mérida Yucatán.

4.3.11. % de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles[39].

Tipo de indicador: Cuantitativo.

Descripción del indicador: NO APLICA EN MERIDA (según el informante).

¿Qué mide el indicador?: La calidad ambiental en hoteles.

Información encontrada: Según nuestro informante, a la fecha este tipo de certificación no aplica en Mérida Yucatán.

4.3.12. % de balnearios con programas balnearios naturales limpios de agua dulce.

Tipo de indicador: Cuantitativo.

Descripción del indicador: NO APLICA EN MERIDA (según el informante).

¿Qué mide el indicador?: La cantidad de balnearios limpios dentro del municipio.

Información encontrada: Según nuestro informante, a la fecha este tipo de certificación no aplica en Mérida Yucatán.

4.3.13 % de establecimientos con certificado Green Globe[40].

Tipo de indicador: Cuantitativo.

Descripción del indicador: NO APLICA EN MERIDA (según el informante).

¿Qué mide el indicador?: La certificación a través de la organización Green Globe.

Información encontrada: Según nuestro informante, a la fecha este tipo de certificación no aplica en Mérida Yucatán.

4.3.14. Certificado de municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental[41].

Tipo de indicador: Cuantitativo.

Descripción del indicador: NO APLICA EN MERIDA (según el informante).

¿Qué mide el indicador?: La limpieza del municipio y/o el cumplimiento ambiental.

Información encontrada: Según nuestro informante, a la fecha este tipo de certificación no aplica en Mérida Yucatán.

4.3.15. Consumo de energía por cuarto[42].

Tipo de indicador: Cuantitativo.

Descripción del indicador: NO APLICA EN MERIDA (según el informante).

¿Qué mide el indicador?: Cantidad de energía utilizada.

Información encontrada: Se tiene la información sobre la cantidad de cuartos de los hoteles ubicados en Mérida y registrados en la Asociación de Hoteles.

En total tenemos 3,343 habitaciones, distribuidas en 68 hoteles.

Se tiene cuadro de equivalencias y aproximados del uso de la energía por aparatos, de los cuales sacamos:

---

[39] Idem.

[40] SEFOTUR: L.E. Raúl A. Paz Noriega. tel. 9303760, ext. 22018.

[41] Idem

[42] Formato de estimaciones CFE; Empleados de la CFE.

Aparato	Horas/Mes	Kw/Mes.
Radio	120	8
TV 24’ 29’	120	22
Refri 11-12ft	240	60
Focos 8-15 watts	150	18
Vent. Techo	240	16
Minisplit 1 ton.	240	144

Total: 268 Kwatts/cuarto mensual.

4.4. FORMACION Y CERTIFICACION

Objetivo: Mejoramiento de la calidad de la prestación de los servicios turísticos, incluyendo su formalización y legalidad.
Estrategia: Diseñar e implementar un programa de concientización para el sector empresarial Turístico que les permia conocer las bondades que brindan los programas de certificación y capacitación que ofrecen las instituciones federales y estatales para la mejora de la prestación de sus servicios.
Líneas de Acción:
Planificación de cursos de inducción para los programas de certificación
Esquema de incentivos fiscales aplicables a la implementación de las certificaciones.
Implementación de programas con mayor flexibilidad para el financiamiento de los programas de certificación y capacitación.
Crear programas de capacitación de acorde a las necesidades del Sector
Indicadores:

4.4.1. Grado promedio de Escolaridad[43]

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: El grado promedio de escolaridad nos permite conocer el nivel de educación de una población determinada
¿Qué mide el indicador?: El nivel de escolaridad promedio de las personas que trabajan en el sector turismo de la localidad
Información encontrada: El destino No cuenta con algún registro de esta información en específico, sin embargo se recomienda medirlo mediante en una encuesta aplicada a los prestadores de servicios Turísticos. (Hoteles, Restaurantes, Agencias de Viajes, Retadoras de automóviles, etc...) Que dé como resultado el nivel de escolaridad promedio de las personas que trabajan en el sector turismo del destino.

4.4.2. Recursos humanos calificados para atender el sector turismo[44]

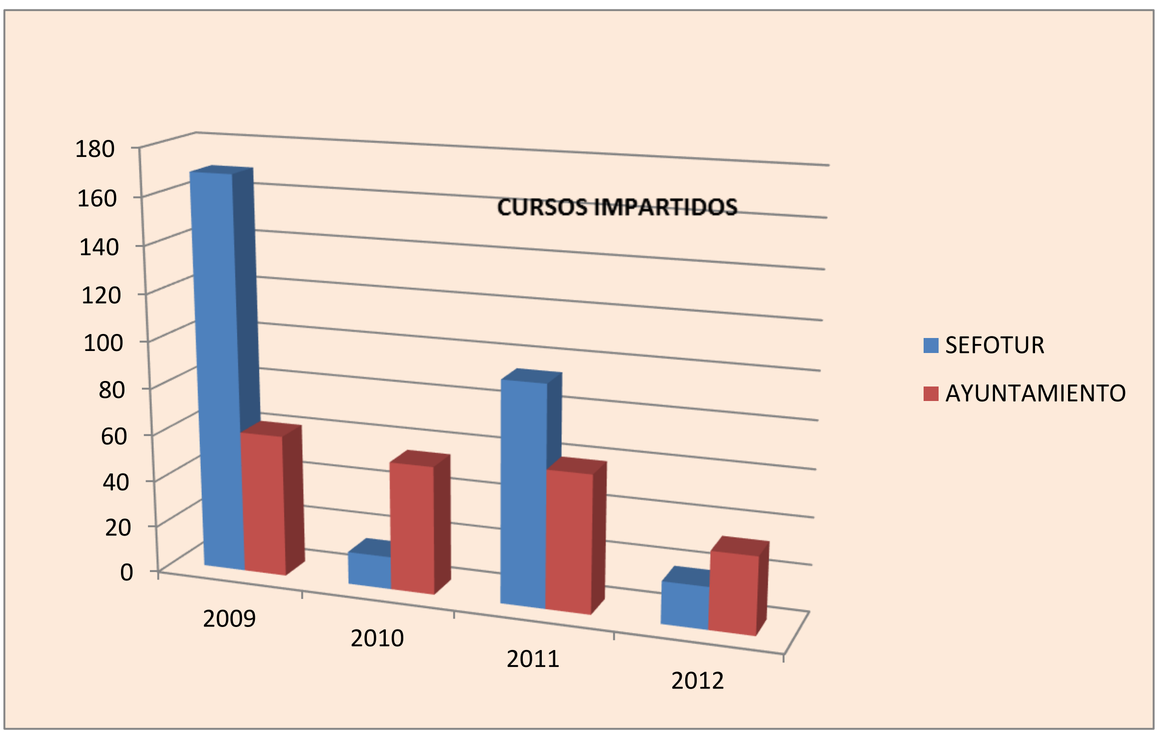
Tipo de indicador: Cuantitativo

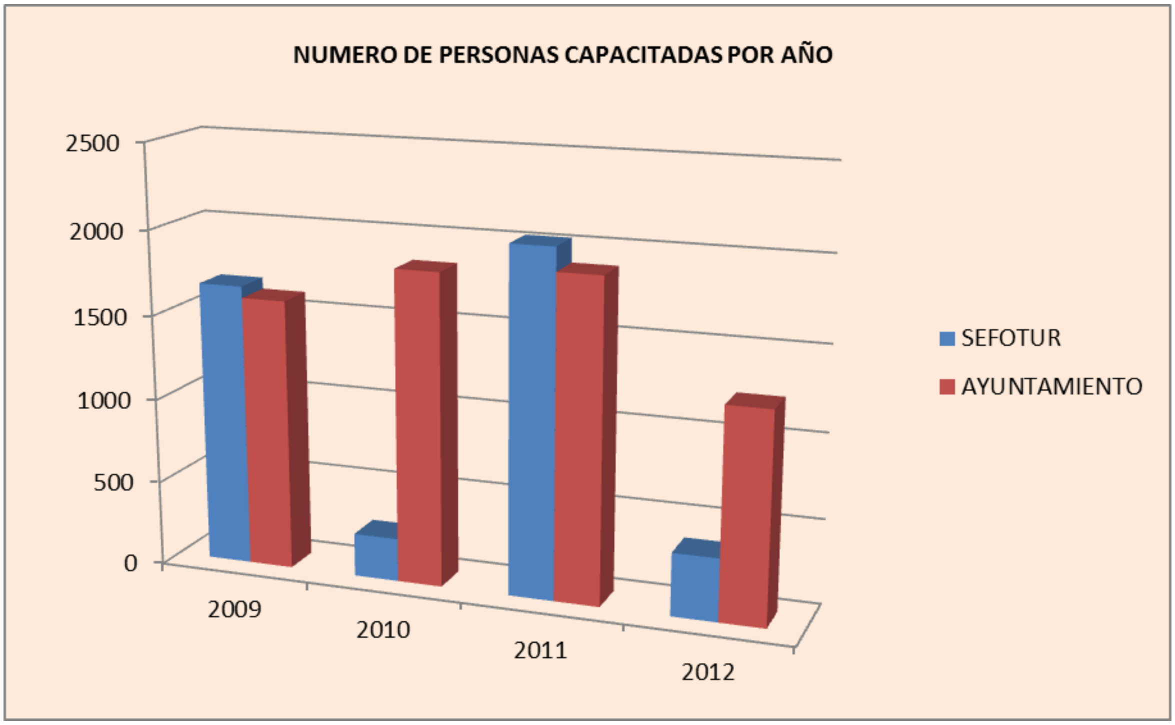
[43] Secretaria de Fomento Turístico del Estado de Yucatán (SEFOTUR), Julio 2013. H. Ayuntamiento de Mérida, Subdirección de Turismo, julio 2013
[44] Ídem.

Descripción del indicador: Se entiende por Recursos Humanos Calificados, las personas empleadas en una empresa u organización que cuente con las aptitudes, conocimientos y especializaciones necesarias para atender a un sector determinado
¿Qué mide el indicador?: Este indicador informa el numero de prestadores de Servicios Turísticos en el destino que, mediante cursos de capacitación impartidos por las instituciones públicas, han adquirido alguna formación especial en un área determinada dentro del sector para la atención de nuestros visitantes
Información encontrada: Se cuenta con una base de datos del registro de todos los participantes en cada uno de los cursos impartidos, así como los que acreditan un reconocimiento. Obteniendo la siguiente información:

Cursos impartidos/ Personas capacitadas

	SEFOTUR	AYUNTAMIENTO	TOTAL
2009	169 / 1667	61 / 1601	230 / 3268
2010	14 / 255	55 / 1838	69 / 2093
2011	94 / 2026	59 / 1888	153 / 3914
2012	18 / 372	33 / 1236	51 / 1608





4.4.3. Porcentaje del personal del Destino con Educación Turística[45]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: La importancia de la actividad Turística está íntimamente ligada a la participación de las personas inmersas en la misma, en la búsqueda de mejores condiciones para ser parte de la mejora continua de la actividad turística; lo que implica el compromiso de prepararse en el área para contribuir a su fortalecimiento
¿Qué mide el indicador?: Este indicador informa el porcentaje del personal que labora en las empresas turísticas con preparación profesional en el área
Información encontrada: El destino No cuenta con algún registro de esta información en específico, sin embargo se recomienda medirlo mediante en una encuesta aplicada a los prestadores de servicios Turísticos. (Hoteles, Restaurantes, Agencias de Viajes, Retadoras de automóviles, etc...) Que dé como resultado el porcentaje del personal que labora en estas empresas, que cuenten preparación profesional en el área.

4.4.4. Inversión en Planes de capacitación Turística[46]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Con este indicador podemos identificar las variables de inversión en capacitación para el sector turístico de Merida

[45] Ídem
[46] Ídem

¿Qué mide el indicador?: Este Indicador Informa la Inversión económica de capacitación en el sector turístico.
Información encontrada: Si se cuenta con planes de capacitación Turística. PICCT "Programa Integral de capacitación y competitividad Turística" programa Federal y Estatal sobre capacitación Turística dirigida a todo el sector, El Municipio cuenta con su plan y presupuesto propio. La Información Obtenida es la siguiente:

	SEFOTUR	AYUNTAMIENTO	TOTAL
2009	$3,971,000.00	$80,000.00	$4,051,000.00
2010	$890,000.00	$230,438.00	$1,120,438.00
2011	$3,279,200.00	$228,500.00	$3,507,700.00
2012	$1,993,650.00	$238,000.00	$2,231,650.00



4.4.5. Porcentaje de prestadores de servicios con un nivel alto de satisfacción en los planes de capacitación turística[47]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Por medio de este instrumento podremos medir la satisfacción de los participantes de los cursos de capacitación
¿Qué mide el indicador?: Este indicador nos informa Porcentaje de prestadores de servicios con un nivel alto de satisfacción en los planes de capacitación turística otorgados por la Secretaria de Fomento Turístico del Estado y el Ayuntamiento de la ciudad.
Información encontrada: No se cuenta con un registro que mida directamente la percepción de los prestadores de servicios con respecto a la calidad de los planes de capacitación Turística institucionales. Sin embargo se aplican encuestas de

[47] Ídem

detección de necesidades a los mismos prestadores de servicios Turísticos para conocer sus necesidades y en base a ello programar los cursos de capacitación.
Sin embargo se recomienda medirlo mediante en una encuesta aplicada a los prestadores de servicios Turísticos. (Hoteles, Restaurantes, Agencias de Viajes, Retadoras de automóviles, etc...) Que dé como resultado el porcentaje de los prestadores de servicios con un nivel alto de satisfacción en los planes de capacitación turística otorgados por la Secretaria de Fomento Turístico del Estado y el Ayuntamiento de la ciudad.

4.4.6. Participación de Establecimientos de Alimentos y Bebidas en el programa Distintivo "H"[48]

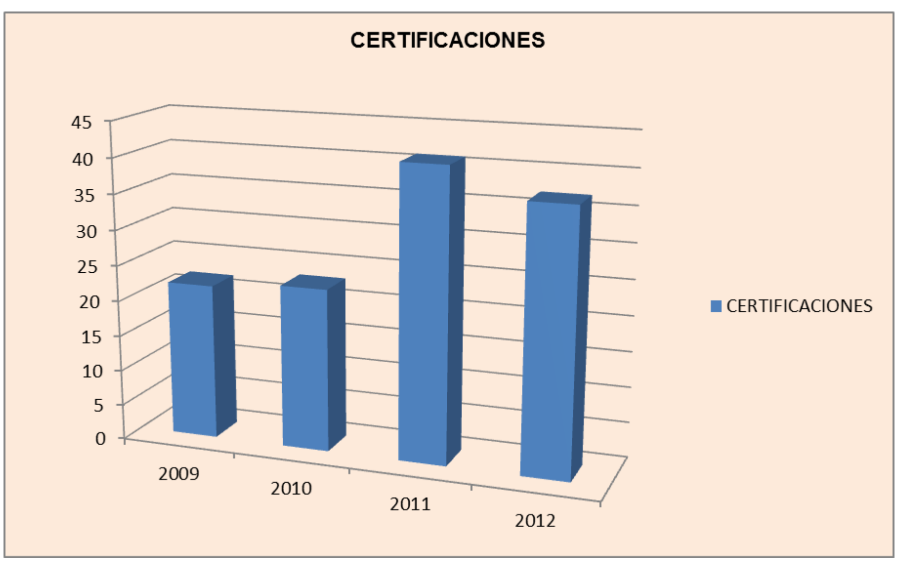
Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: El Distintivo "H", es un reconocimiento que otorgan la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud, a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas, por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004

¿Qué mide el indicador?: Este indicador informa con cuantos Establecimientos fijos de Alimentos y Bebidas Certificados con el distintivo "H" cuenta el destino. Nivel estado representando Merida el 95 %

Información encontrada: Se cuenta con una base de datos de empresas nuevas y renovadas con la certificación del distintivo "H" por año. La información obtenida es la siguiente:

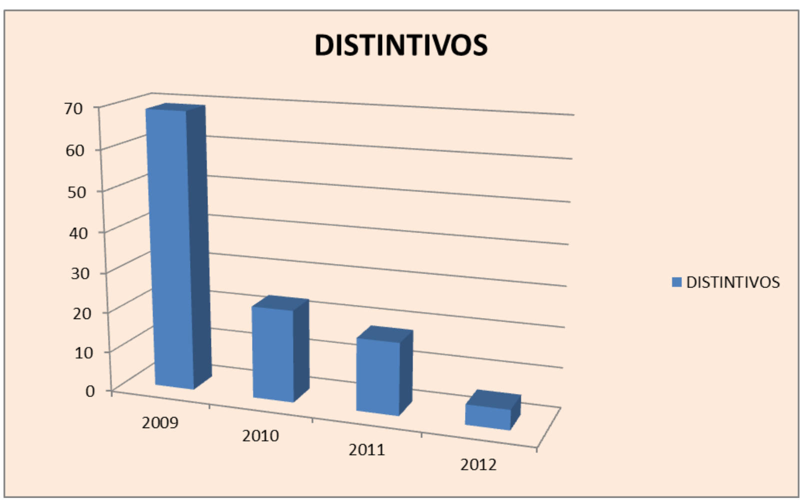
	CERTIFICACIONES
2009	22 EMPRESAS
2010	23 EMPRESAS
2011	41 EMPRESAS
2012	37 EMPRESAS



48 Ídem

4.4.7. Porcentaje de Empresas con distintivo "M"[49]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: El Distintivo "M" es el reconocimiento que la Secretaría de Turismo otorga a todas las Empresas Turísticas que han logrado implementar exitosamente el Programa de Calidad Moderniza y que avala la adopción de las mejores prácticas y una distinción de empresa turística modelo.
¿Qué mide el indicador?: Este indicador nos informa cuantas empresas han implementado el Programa de Calidad Moderniza y cuentan con el Distintivo "M "en el destino. Nivel estado representando Merida el 95 %
Información encontrada: Se cuenta con una base de datos de empresas nuevas y renovadas con la certificación del distintivo "M" por año. La información obtenida es la siguiente:

	PORCENTAJE DE EMPRESAS	NUMERO DE EMPRESAS CON DISTINTIVO
2009	**8.00%**	69
2010	**3.00%**	23
2011	**2.35%**	18
2012	**0.66%**	5



4.4.8. Número de Guías de Turistas certificados[50]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Los Guías de Turistas Certificados, son personas físicas que proporcionan al turista nacional y extranjero orientación e información profesional

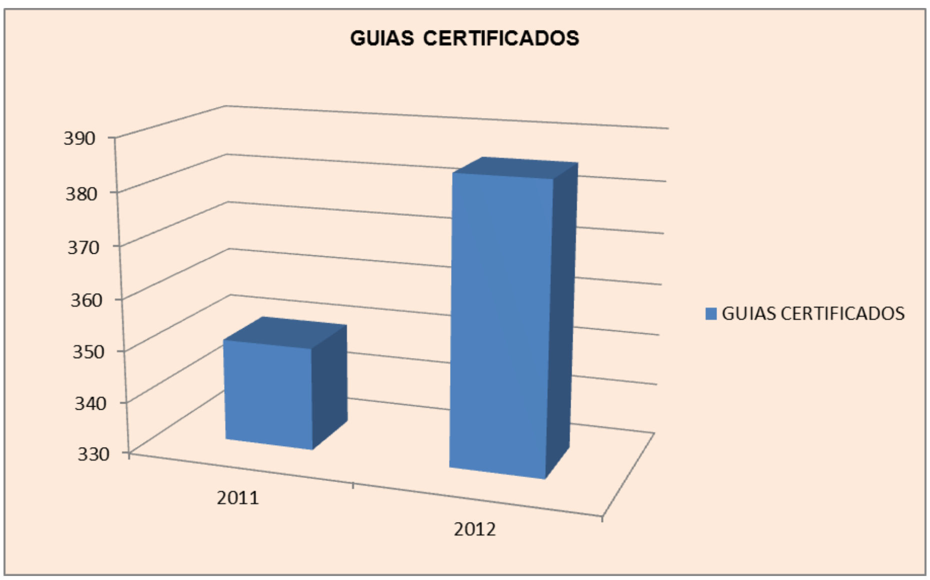
[49] Ídem
[50] Ídem

sobre el patrimonio Turístico, cultural y atractivos relacionados con la actividad Turística. La certificación de los mismos es otorgada por SECTUR Federal

¿Qué mide el indicador?: Este indicador informa cuantos Guías de Turistas en el destino cuentan con la Certificación que SECTUR Federal otorga basándose en la NOM-08-TUR-2002

Información encontrada: Se cuenta con una base de datos con el total de cursos impartidos por año e incluye el número de diplomados de Formación de Guías de Turistas Generales y Locales así como el número de guas acreditados y certificados de acuerdo a la NOM-08. La información obtenida es la siguiente:

	GUIAS CETIFICADOS	CERTIFICACIONES ESTE AÑO
2009		
2010		
2011	350	45
2012	385	35



4.4.9. Cuenta con un sistema de Información que evalúe la satisfacción de los visitantes[51]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: La satisfacción del cliente establece un indicador primordial para evaluar el desempeño de los prestadores de servicios Turísticos que operan en el Destino y analizarla ayuda a instituir una cultura de mejora continua la cual daría como resultado clientes satisfecho y repetitivos y por ende mayores ingresos.

[51] Ídem

¿Qué mide el indicador?: Este indicador informa si el Destino cuenta con un Sistema institucional que evalúe la satisfacción de los Turistas o visitantes al mismo
Información encontrada: El Destino NO cuenta con un sistema institucional que valúe la satisfacción de los visitantes. Sin embargo la mayoría de las Empresas dedicadas a la actividad Turística cuenta con un sistema interno o "encuestas de satisfacción" que aplican a sus clientes en el momento de su salida. Los resultados se operan de manera interna.
Se recomienda medirlo mediante una encuesta de salida a nuestros visitantes.

4.4.10. Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes[52]

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: La satisfacción del cliente establece un indicador primordial para evaluar el desempeño de los prestadores de servicios Turísticos que operan en el Destino y analizarla ayuda a instituir una cultura de mejora continua la cual daría como resultado clientes satisfecho y repetitivos y por ende mayores ingresos.
¿Qué mide el indicador?: Este indicador mide la calidad de los indicadores que se utilizan en sistema de Información que evalúe la satisfacción de los visitantes a un destino determinado.
Información encontrada: Al no contar con un sistema de Información que evalúe la satisfacción de los visitantes, no existen indicadores que midan la calidad de dicho sistema.
Se recomienda determinar indicadores de calidad que se midan mediante encuestas de salida a nuestros visitantes en lo relativo a la satisfacción de los servicios utilizados durante su estancia en el destino.

4.5. ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA

Objetivo: Mantener la calidad de la infraestructura instalada, potencializando a su vez, la promoción de nuevos productos turísticos en el destino
Estrategia: Diseño e instrumentación del Programa Sustentabilidad Turística como parte del activo turístico de alto valor.
Líneas de Acción:
Implementación de un transporte sustentable que recorra los atractivos turísticos existentes y las nuevas propuestas
Inclusión de la movilidad no motorizada en los sitios turísticos
Gestión de la ampliación de vuelos de las compañías áreas de bajo costo para el destino Mérida
Fortalecimiento de servicios sustentables de apoyo para el turista a nivel municipal
Implementación de señalética turística en la ciudad y en los puntos estratégicos del destino
Indicadores:

---
[52] Ídem

4.5.1. Conectividad aérea

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Define la afluencia de visitantes al destino por vía aérea y los puntos de enlace con otras ciudades del país y del mundo

¿Qué mide el indicador?: Destinos y conectividad, promedio de frecuencia semanal de arribo de vuelos domésticos e internacionales y promedio semanal de asientos disponibles

Información encontrada: Tiene conexión con ocho destinos nacionales (DF, Villahermosa, Tampico, Veracruz, Guadalajara, Monterrey y Cancún) y tres internacionales (Miami y Houston –USA-) y La Habana; tiene un promedio semanal de arribo de 129 vuelos domésticos o destinos nacionales y 7 internacionales y un promedio semanal de 16,211 asientos disponibles por semana.

Línea Aérea	Destinos con conectividad directa o semidirecta	Promedio de Frecuencia Semanal de Arribo de vuelos (domésticos)	Promedio de Frecuencia Semanal de Arribo de vuelos (internacionales)	Promedio Semanal de Asientos Disponibles (Vuelos de Llegada)
Aeroméxico	México, Villahermosa, Tampico, Veracruz, Guadalajara, Monterrey y Miami (EEUU)	52	3	5,777
United	Houston (EEUU)	-	3	492
Interjet	México	38	-	5,700
Volaris	México	11	-	1,914
Viva Aerobús	Guadalajara y Monterrey	11	-	1,628
Magnicharters	México	3	-	390
Mayair	Cancún, Villahermosa	14	-	266
Aerocaribean	La Habana	-	1	44
OPERACIONES PROMEDIO SEMANAL (DE ARRIBO)		129	7	16,211

Fuente:

ANSUR, Aeropuerto Internacional de Mérida, mayo 2013

4.5.2. Existencia de servicios de apoyo al turista[53]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Se refiere a la existencia de entidades y programas que coadyuvan a que los turistas se sientan respaldados en distintas áreas básicas del sitio al que visitan

¿Qué mide el indicador?: La cantidad de servicios prestados en los aspectos de salud, seguridad, asistencia, abasto y protección

Información encontrada: Policía: Policía en los tres niveles de gobierno Federal, Estatal y Municipal como finalidad prevenir y combatir la comisión de delitos, en apego al marco jurídico para salvaguardar la integridad y derechos de las personas e instituciones, mediante programas y acciones desarrollados con esquemas de inteligencia y tecnología de vanguardia, que den confianza y certidumbre a la sociedad. Abarca los aspectos de seguridad y tránsito.

El Servicio de Protección Federal tiene como función principal proporcionar servicios de protección, custodia, vigilancia y seguridad de personas, bienes e instalaciones a las dependencias, entidades de la Administración Pública Federal, órganos de carácter federal de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, organismos constitucionalmente autónomos y demás instituciones públicas que así lo soliciten.

Ángeles Verdes: Servicio especializado en la orientación, asistencia y auxilio turístico de la Secretaría de Turismo que transitan por las rutas carreteras y brindan apoyo a los viajeros del país con un horario de 08:00 a 18:00 horas los 365 días del año a través del número de marcación rápida 078, que cubren servicios de:

• Orientación e Información de los destinos, y atractivos y servicios turísticos estatales y regionales
• Asistencia mecánica y radio comunicación de emergencia.
• Auxilio en caso de accidentes.
• Auxilio a la población en general en casos de desastres.

La Corporación Ángeles Verdes es considerada como un servicio turístico que desde 1960 distingue a México a nivel mundial la orientación asistencia y auxilio turístico que en forma gratuita la Secretaría de Turismo proporciona a través de la Corporación Ángeles Verdes, a los turistas nacionales y extranjeros y connacionales que viajan por carretera a los diferentes destinos turísticos, cubriendo 262 rutas carreteras de México

Policía Turística; Es un grupo profesional de jóvenes especialmente entrenados y capacitados en la Dirección de la Policía Municipal de Mérida para asistir a todos los visitantes, principalmente en el Centro Histórico con información. De igual forma para apoyar a quienes requieran ayuda en caso de emergencia.

Los policías municipales que hablan inglés para proporcionar la ayuda necesaria a los turistas extranjeros así como para orientarlos para que lleguen a su destino.

---

[53] http://www.inventur.yucatan.gob.mx/rptasistencia.php
http://www.ssp.gob.mx/portalWebApp/wlp.c?__c=7d4
http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9453_angeles_verdes
http://www.merida.gob.mx/turismo/contenido/informacion/polturistica.htm
http://www.inventur.yucatan.gob.mx/
http://www.campeche.travel
http://www.yucatansigloxxi.com/centro-de-convenciones

Existe dos módulos más un escuadrón turístico que está pendientes de los eventos culturales y eventos públicos abiertos.
La Policía Turística se encarga de ofrecer asistencia, ayuda y asesoría en cualquier información que pueda necesitar, como: dónde encontrar embajadas, consulados, restaurantes, eventos culturales, hoteles, estacionamientos, museos, paraderos de autobuses urbanos y foráneos, sitios de interés así como ayuda en caso de un hecho delictivo o accidente de tránsito. Toda atención es sin costo.
Centro de Convenciones y Exposiciones Yucatán Siglo XXI; En una superficie total de 84,000 m2 se encuentra el área de convenciones y exposiciones con una superficie techada de 20,900 m2. Se usa para convenciones, congresos, simposios, seminarios, espectáculos y exhibiciones de tipo comercial o industrial.
El área de Convenciones cuenta con un total de 3,589 m2 y una altura de 8 m, incluye: piso alfombrado, energía eléctrica (Iluminación general), aire acondicionado, limpieza y seguridad, áreas comunes, música ambiental y equipo de voceo, señalamiento institucional, equipo contra incendio, planta de emergencia (luces), estacionamiento y sanitarios.

Tabla 1. Número y tipo de servicios de apoyo con que cuenta el Municipio de Mérida, Yucatán, 2013	
80	Venta artesanías
12	Plazas comerciales
1	Ángeles Verdes
6	Bomberos
1	Instituto Nacional de Migración
1	Policía Federal
1	Policía Municipal
1	Policía Turística
14	Consulados
1	Procuraduría Federal del Consumidor
1	Secretaría de Seguridad Pública
1	Centro de Convenciones

Fuentes: varias
Gobierno del Estado de Yucatán, CULTUR, Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán.
Programa de Desarrollo Urbano del Municipio de Mérida 2012

4.5.3. Existencia de Hospitales

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Se refiere a la existencia de entidades que coadyuvan a que los turistas se sientan respaldados en el área de salud del sitio al que visitan
¿Qué mide el indicador?: El número de dependencias públicas y privadas que respaldan a la ciudad para cubrir cualquier requerimiento médico o de accidente que suceda durante su viaje

Información encontrada: El equipamiento de salud son inmuebles en los que se realiza la prestación de servicios médicos de atención general y específica.
Los servicios de atención generalizada a la población incluyen a la medicina preventiva y la atención de primer contacto. Los servicios de atención específica incluyen la medicina especializada y de hospitalización.
Este equipamiento y los servicios correspondientes son factores determinantes del bienestar social, ya que la salud es parte integrante del medio ambiente y en ella inciden la alimentación y la educación, así como las condiciones físico-sociales de los individuos.
En este sistema se encuentran el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) como entes públicos; la Secretaría de Salud (SSA) y la Cruz Roja como dependencias públicas de costo mínimo; el sector militar con respuesta restringida sin costo para sus derechohabientes, y similares en instituciones privadas.

Cantidad desagregada del equipamiento

Tabla 2. Número de hospitales y clínicas públicas y privadas en el municipio de Mérida, Yucatán, 2013	
41	Módulo de salud
5	Centro de Salud
10	Unidad de Medicina Familiar
4	Hospital General Público
1	Hospital de Alta Especialidad
1	Hospital General Militar
8	Hospital Privado
43	Clínica Médica Privada

Fuente: Gobierno DEL Estado de Yucatán, Ayuntamiento de Mérida, SEDESOL
www.merida.gob.mx/turismo/contenido/servicios/hospitales.htm
www.directoriointernet.mx/hospitales_privados/Hospitales_privados_yucatan.htm
www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx
www.inventur.yucatan.gob.mx/rpthospitales.php
SEDESOL. 1999. Sistema Normativo de Equipamiento Urbano, Tomo II, Salud y Asistencia Social

4.5.4. Existencia de Sucursales Bancarias[54]

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Se refiere a la existencia de sucursales bancarias que coadyuvan a las transacciones monetarias de los turistas o al cambio de moneda extranjera en moneda nacional
¿Qué mide el indicador?: La cantidad de sucursales bancarias que respaldan a la ciudad para cubrir cualquier requerimiento de divisas que requiera el turista durante su viaje
Información encontrada: Sucursal bancaria**.** Los servicios que ofrecen las instituciones varían de acuerdo a los convenios que ha realizado cada institución con sus distintos clientes, pero en general, en casi todas las instituciones puedes solicitar: cuenta de nómina, cuenta de cheques, cuentas de ahorro, inversiones a

[54] http://www.abm.org.mx/banca_mexico/estadisticas.htm

plazo, fondos de inversión, créditos de automóvil, créditos para consumo, créditos hipotecarios, tarjetas de crédito, seguros y afores.
También se pueden realizar pagos de impuestos federales y locales, pagos de otros servicios como teléfono, gas, televisión de paga, telefonía celular, pagos CIE (destinados a distintos proveedores de servicios como pueden ser colegios, financieras, agencias de viaje, automotrices, establecimientos comerciales, y otros).
Asimismo, se pueden hacer traspasos a cuentas de terceros, traspasos interbancarios, giros nacionales e internacionales, compra de divisas extranjeras y cheques de viajero.

4.5.5. Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino[55]

Tipo de indicador: Cualitativo
Descripción del indicador: Se refiere a la existencia de entidades y programas que coadyuvan a que los turistas se sientan respaldados en distintas áreas básicas del sitio al que visitan
¿Qué mide el indicador?: La cantidad de dependencias y los rubros que se cubren aspectos de salud, seguridad, asistencia, especializados en turismo y otros, así como la cantidad y calidad de las vías de viales para la circulación y el transporte
Información encontrada: Nombres de dependencias con domicilio, teléfono y datos web Direcciones para contactarlos o consultarlos. Hay seis servicios especializados en turismo, tres en salud, tres en seguridad y tres en asistencia.
En el transporte urbano, hay de más de 145 rutas y 1,677 unidades se realizan por 43 empresas concesionarias, divididas en cuatro agrupaciones.
En la ciudad de Mérida se tienen inventariadas las calles con una longitud total de 2,357.00 km, en donde 1,942.81 km son pavimentadas. Se tiene un estimado de que casi el 20 % de ellas corresponde a vialidades primarias, cerca del 30 % a vialidades secundarias y casi el 50 % a vialidades terciarias. Los accesos a la ciudad provenientes de carreteras se enlazan en la zona urbana con las vialidades primarias, pero queda establecido que en estos trayectos dichas vialidades deben conectarse con vialidades secundarias. Las carreteras acceden a la ciudad en 13 puntos o sitios, que para la operatividad vial en el Anillo Periférico quedan identificados como distribuidores viales primarios o secundarios y por medio de ellas la ciudad alcanza coberturas de influencia local, estatal y regional. (PDU-2010, pp. 102 y 103)

4.5.6. Calidad en el transporte local del destino[56]

Tipo de indicador: Cualitativo
Descripción del indicador: Define la percepción de la población local respecto al transporte público urbano (concesionado) referente a conectividad interna, calidad en el servicio, tiempos de traslado y costo
¿Qué mide el indicador?: Grado de satisfacción

---

[55] Gobierno del Estado de Yucatán, CULTUR, Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán.
Ayuntamiento de Mérida, PDU-2010
http://www.inventur.yucatan.gob.mx/rptrentadoras_vehiculos.php
http://www.inventur.yucatan.gob.mx/rptlineas_aereas_filtro.php
http://www.inventur.yucatan.gob.mx/rptlineas_terrestres_filtro.php
[56] Gobierno del Estado de Yucatán y prensa local. (Diario de Yucatán, Milenio y Por Esto)

Información encontrada: Respecto a conectividad interna las personas concuerdan en que hay rutas suficientes y tipo de transporte variado (autobús, microbús, combi); se quejan de la calidad del servicio y sobretodo del costo. Hay opiniones encontradas entre dejar centralizada las terminales o paraderos o pasarlos fuera del centro

4.5.7. Tarifas hoteleras[57]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Definición de costo mensual por habitación lo que permite ver la fluctuación mensual dependiendo de la época del año y el tipo de hotel. Se consideró para este indicador las categorías de Gran Turismo, Boutique, 5 Estrellas, 4 Estrellas y 3 Estrellas

¿Qué mide el indicador?: El costo promedio por habitación y por rango de hotel

Información encontrada:

Costo por tipo

Gran Turismo	Boutique	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas
$ 1,241.95	**$ 964.12**	**$ 715.79**	**$ 541.76**	**$ 474.07**

Tarifa hotelera promedio 2012						
No.	**MES**	**Gran Turismo**	**Boutique**	**5 Estrellas**	**4 Estrellas**	**3 Estrellas**
1	ENER	$ 1,237.74	$ 1,255.33	$ 622.58	$ 561.51	$ 509.84
2	FEB	$ 1,218.28	$ 966.30	$ 673.38	$ 572.48	$ 499.42
3	MAR	$ 1,240.82	$ 943.69	$ 756.42	$ 461.94	$ 326.64
4	ABR	$ 1,298.74	$ 941.16	$ 676.14	$ 573.57	$ 562.12
5	MAY	$ 1,240.82	$ 943.69	$ 756.42	$ 461.94	$ 326.64
6	JUN	$ 1,322.92	$ 829.69	$ 790.59	$ 536.25	$ 473.43
7	JUL	$ 1,230.74	$ 954.66	$ 702.94	$ 551.40	$ 536.08
8	AGO	$ 1,181.74	$ 858.40	$ 677.51	$ 560.05	$ 498.72
9	SEP	$ 1,205.71	$ 984.12	$ 786.16	$ 596.73	$ 533.75
Suma		$ 11,177.51	$ 8,677.04	$ 6,442.14	$ 4,875.87	$ 4,266.64
Promedio		**$ 1,241.95**	**$ 964.12**	**$ 715.79**	**$ 541.76**	**$ 474.07**

Fuente: Trabajo de campo, Informantes Clave, entrevista, julio 2013

[57] Trabajo de campo, Informantes Clave, entrevista, julio 2013

4.5.8. Reglamento de Imagen Urbana vigente[58]

Tipo de indicador: Cualitativo

Descripción del indicador: Es un documento reglamentario compuesto por cuatro títulos, 12 capítulos con 72 artículos y un transitorio con 4 apartados. Abarca disposiciones generales, responsables y restricciones; todo lo relativo a los anuncios en la ciudad y sitios y zonas de valor patrimonial; de las factibilidades y permisos así como de los procedimientos, y fracciones y sanciones; y las medidas de seguridad para las personas, los inmuebles y las vías públicas

¿Qué mide el indicador?: El cumplimiento de la normatividad garantiza la regulación de la colocación, ubicación, distribución, exhibición y uso de anuncios de publicidad en vía pública; la salvaguarda de la imagen visual del municipio, protegiendo la calidad del paisaje urbano y rural; la protección del legado histórico y artístico como zonas de monumentos históricos, sitios y zonas de patrimonio cultural edificado y las vialidades patrimoniales; la prevención de daños a las personas y a sus bienes, afectaciones a terceros, vía pública, mobiliario urbano, servicios públicos, espacios y edificios públicos

Información encontrada: Existe en el municipio de Mérida el *Reglamento de imagen urbana publicitaria y anuncios del Municipio de Mérida*.

4.5.9. Grado de avance o de aplicación de los Planes de Desarrollo Urbano decretados[59]

Tipo de indicador: Cualitativo

Descripción del indicador: Es un documento reglamentario compuesto por cuatro capítulos donde se definen las condiciones actuales del municipio respecto al desarrollo urbano y las proyecciones a mediano y largo plazo de la ocupación del territorio

¿Qué mide el indicador?: Grado de avance y de aplicación del Programa de Desarrollo Urbano decretado, las condiciones actuales de la ciudad y su crecimiento en aspectos urbanos

Información encontrada: Existe en el municipio de Mérida el Programa de Desarrollo Urbano de Mérida 2012 tiene en su apartado Instrumental 432 acciones y programas para llevar a cabo el crecimiento ordenado de Mérida. Como este programa es de recién aprobación la actual administración en un año de gestión ha puesto en marcha y concluido 59 acciones directas y 13 acciones indirectas que coadyuvan al crecimiento de la ciudad. Por lo que se lleva un 6% de avance en el cumplimiento

4.5.10. Acceso a servicios básicos[60]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Es un indicador compuesto de tres variables de servicios básicos a la vivienda como lo define el INEGI que son: agua potable,

---

[58] Gaceta Municipal, Órgano oficial de publicaciones del municipio de Mérida, Yucatán, México. Núm. 226, Año 5, del 7 de septiembre de 2012. www.merida.gob.mx

[59] Ídem

[60] Ayuntamiento de Mérida, Observatorio Urbano con datos INEGI 2010

drenaje y electricidad. Los expertos mencionan que si la vivienda tiene cobertura entonces todos los demás predios con usos distintos serán también cubiertos
¿Qué mide el indicador?: Aspectos de calidad de vida y salud que dan al centro turístico certidumbre para que ser visitado
Información encontrada: Actualmente en el municipio de Mérida tiene un 76% promedio de cobertura de los tres servicios. Desagregando la información de cobertura el agua tiene un 75%, el drenaje un 76% y la electricidad un 77%.

<u>Acceso a servicios básicos</u>. El método base utilizado fue el de Necesidades Básicas Insatisfechas. La vivienda será la unidad de análisis retomado el Indicador de No Acceso al Agua del Centro de Recursos Idrisi México y la Universidad Autónoma del Estado de México.
El primer paso en el proceso fue la selección de indicadores con base en el conjunto de servicios básicos cubiertos o las necesidades que deben ser satisfechas por un hogar para que su nivel de vida sea considerado digno, de acuerdo a los estándares de la sociedad a que pertenece.
El grupo de necesidades básicas a tomar en cuenta está restringido por la fuente de información utilizada. Debido a su capacidad de desagregación geográfica, el censo de población y vivienda 2010 fue la fuente utilizada.
Indiscutiblemente, el método NBI también debería considerar otras necesidades básicas como la salud y la nutrición, pero las variables respectivas no están disponibles en los censos de la región y están relacionadas indirectamente con el turismo.
Dadas estas limitaciones, el segundo paso en el proceso de selección de variables para construir el indicador fue determinar las dimensiones factibles y qué variables censales serían utilizadas para dar cuenta de dichas dimensiones, y es el acceso a servicios básicos en tres rubros:

1. Un nivel sanitario adecuado, es decir la eliminación de excretas segura y no contaminante
2. Un nivel de dotación de agua potable que asegure un estándar mínimo
3. Un nivel de disponibilidad al servicio de electrificación

Pero aún hace falta determinar el grado de satisfacción de cada necesidad por vivienda. Por lo tanto, el tercer paso consistió en transformar una gama de niveles de satisfacción un valor tomando dos alternativas vivienda y población.

<u>Métodos y Algoritmos</u>
Ecuaciones para calcular el no acceso a indicadores por viviendas

$$u_{1i} = 100 - 100\left(\frac{b_i}{c_i}\right)$$

$$b_i = f_i\left(\frac{c_i}{v_i}\right)$$

u1 = Indicador, Porcentaje
a = Población con acceso a agua segura, No. hab.
p = Población total, No. hab.
b = Población estimada en viviendas con acceso a agua segura, No. hab.
c = Población total en viviendas, No. hab.
f = Viviendas con acceso a agua segura, Viviendas
v = Número total de viviendas, Viviendas
i = Objeto (subdivisión del territorio) (*i* = 1, …, *I*).

Operación: <u>Dotación de agua</u>
Indicador

$$u1 = 100 - 100\left(\frac{población\ estimada\ con\ agua\ en\ \#\ hab}{población\ total\ en\ \#\ hab}\right)$$

$$u1 = 100 - 100\left(\frac{625{,}885\ hab*}{830{,}732\ hab*}\right)$$

R= **0.75%** de cobertura

* considerando únicamente viviendas habitadas y 2.97 integrantes por vivienda, según datos del INEGI, 2010

Operación: <u>Dotación de drenaje</u>
Indicador

$$u1 = 100 - 100\left(\frac{población\ estimada\ con\ agua\ en\ \#\ hab}{población\ total\ en\ \#\ hab}\right)$$

$$u1 = 100 - 100\left(\frac{632{,}488\ hab*}{830{,}732\ hab*}\right)$$

R= **0.76%** de cobertura

* considerando únicamente viviendas habitadas y 2.97 integrantes por vivienda, según datos del INEGI, 2010

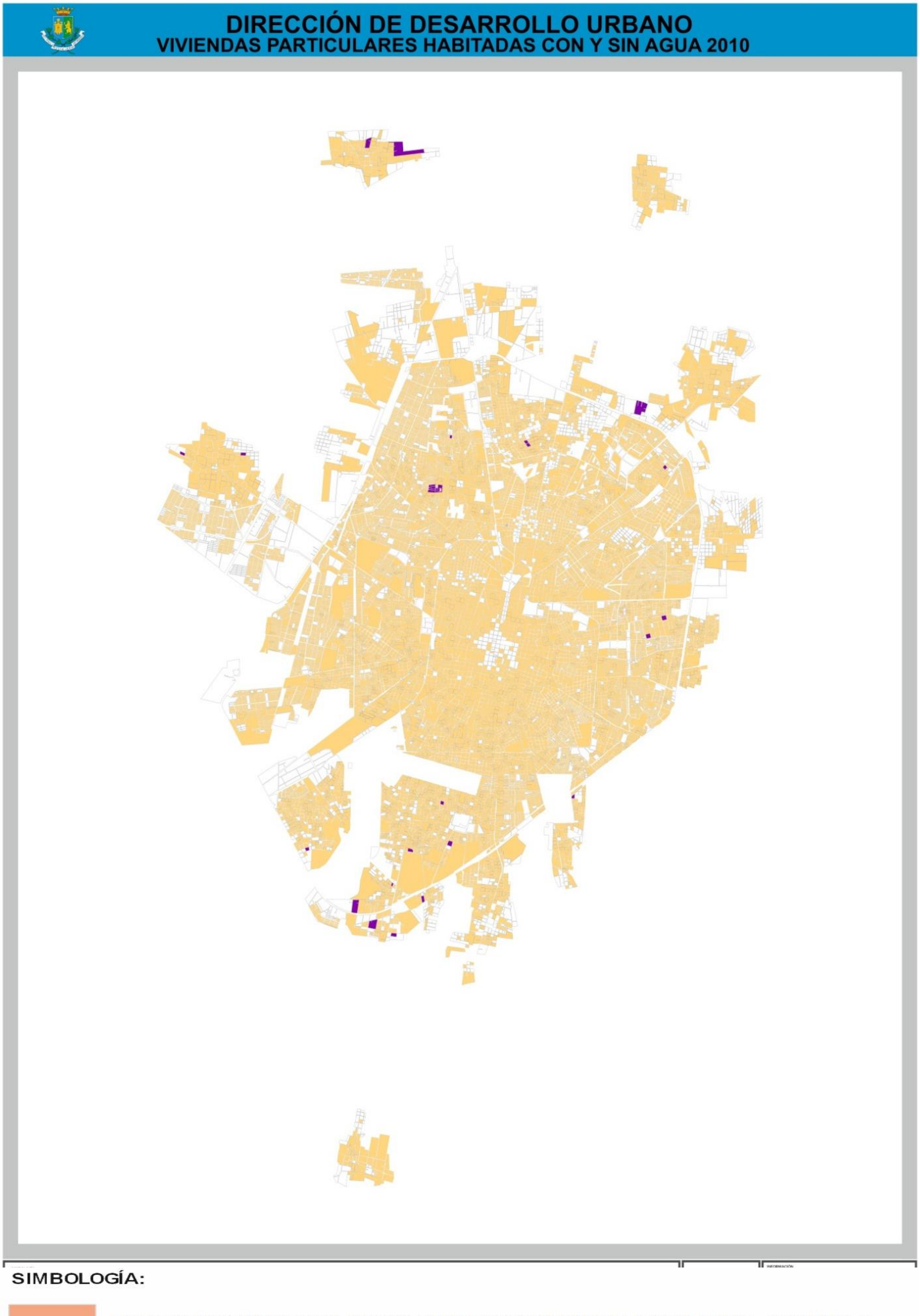
Operación: <u>Dotación de electricidad</u>
Indicador

$$u1 = 100 - 100\left(\frac{población\ estimada\ con\ agua\ en\ \#\ hab}{población\ total\ en\ \#\ hab}\right)$$

$$u1 = 100 - 100\left(\frac{640{,}296\ hab*}{830{,}732\ hab*}\right)$$

R= **0.77%** de cobertura

* considerando únicamente viviendas habitadas y 2.97 integrantes por vivienda, según datos del INEGI, 2010



SIMBOLOGÍA:

VIVIENDAS PARTICULARES QUE DISPONEN DE AGUA (VPH_AGUADV)

VIVIENDAS PARTICULARES QUE NO DISPONEN DE AGUA (VPH_AGUAFV)


DIRECCIÓN DE DESARROLLO URBANO
VIVIENDAS PARTICULARES HABITADAS CON DRENAJE 2010
N
SIMBOLOGÍA:
CONFIDENCIAL
NULO
INFORMACIÓN
FUENTE
SUBDIRECCIÓN DE PLANEACIÓN
DEPARTAMENTO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y OBSERVATORIO URBANO



DIRECCIÓN DE DESARROLLO URBANO
VIVIENDAS PARTICULARES HABITADAS CON Y SIN ELECTRICIDAD 2010
N
SIMBOLOGÍA:
VIVIENDAS PARTICULARES HABITADAS QUE NO DISPONEN DE LUZ ELÉCTRICA
VIVIENDAS PARTICULARES HABITADAS QUE DISPONEN DE LUZ ELÉCTRICA
TRAZA URBANA
INFORMACIÓN
FUENTE
SUBDIRECCIÓN DE PLANEACIÓN
DEPARTAMENTO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y OBSERVATORIO URBANO

Panorama general de la accesibilidad e infraestructura del Municipio de Mérida, Yucatán

- La ciudad de Mérida tiene a su favor conectividad aérea con destinos nacionales e internacionales; tiene suficiente servicios de apoyo a nivel federal y estatal; cuenta con una oferta de hoteles de diversas categorías y con precios competitivos; existe normativa urbana vigente que permite el desarrollo de la ciudad y planea en crecimiento de vivienda y dotación de equipamiento e infraestructura por plazos y, cuenta con un promedio de servidumbre de infraestructura básica del 76% lo que garantiza como un lugar sin problemas de salud pública.
- Tiene cubiertos los servicios de seguridad y aspectos monetarios.
- Se considera como oportunidad la propuesta de turismo urbano y ecológico debido a la cantidad de patrimonio cultural y natural que tiene y la disposición que se muestra en los programas municipales para atraer al turismo.
- Es una debilidad de la plaza, el que existan pocos servicios de asistencia a nivel municipal, se requiere reforzar este punto; buscar el incremento de líneas aéreas que vengan a Mérida para abaratar el costo es muy caro el vuelo. Se requiere una mejora en el transporte local para que los turistas puedan desplazarse mejor.

4.6. SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA

Objetivos: Garantizar e incrementar los índices de la seguridad patrimonial y física.
Estrategias: Obtención de apoyo en operaciones de financiamiento destinadas a la seguridad pública; Diseño e implementación de programas que eleven la capacitación de los elementos policiales.
Líneas de Acción:
Detecció de zonas con mayor indice delictivo para implementar ahí programas de trabajo social y generación de empleos.
Campañas de prevención de delitos y violencia
Aumentar la red de video vigilancia con tecnología moderna y eficiente
Programas de capacitación y mejoramiento de sueldos a los elementos policiales.
Indicadores:

4.6.1. Percepción del nivel de inseguridad Municipal[61]

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Sensación que se percibe de la integridad física, de los peligros y riesgos que acontecen en los ciudadanos del municipio de Mérida.
¿Qué mide el indicador?: El resultado de encuestas realizadas a los ciudadanos de Mérida de acuerdo a lo que ellos perciben en el día a día

---

[61] **Fuentes:** INEGI 2010; ENVIPE 2011
http://www.congresoyucatan.gob.mx/repositorio/transparencia/60%20Legis/INICIATIVAS/Iniciativa%20de%20Decreto%20para%20Autorizacion%20(Banobras)%2021-01-201.pdf

Información encontrada: Como resultado de las encuestas realizadas por ENVIPE 2011 (Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública), en Yucatán el 72.6% de los habitantes percibe como seguro al Estado, lo que supera la media nacional de 28.3% de encuestados, que perciben a su entidad como segura.
En este sentido, Yucatán se distingue como el Estado con mayor percepción de seguridad en el país. Lo cual indica que en la capital del Estado no hay inseguridad. La importancia que tiene Mérida en la encuesta realizada representa el 63.4% del total de la población de Yucatán.

4.6.2. Tasa de delitos menores por cada 100,000 habitantes[62]

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Es un crimen menor castigable por una multa y/o un rato de cárcel del municipio por hasta un año. Ejemplo: Robo, asalto y agresión, conducir en estado de embriaguez pública, prostitución, etc.
¿Qué mide el indicador?: Los delitos que se cometen en relación a la población.
Información encontrada: El Municipio de Mérida cuenta con quince Agencias del Ministerio Público del Fuero Comun, atendidas por igual número de Agentes y con una Agencia del Ministerio Público Federal a cargo de seis Agentes. El Estado de Yucatán ha sido reconocido como uno de los estados más seguros del país,por ende, el municipio de Mérida también. Tomando en consideración el número de delitos menores de 26,090 con una población de 830,732 obtenemos como resultado 3,140 delitos por cada 100,000 habitantes.

Delitos registrados en averiguaciones previas iniciadas por las agencias del ministerio público del fuero común por ocurrencias según principales delitos en el Municipio de Mérida. 2009.

			Lesiones									Homicidio		
Municipio	Total	Robo	Dolosas	Culposas	No especificado	Daño en la cosas	Amenazas	Injurias	Fraude	Abuso de confianza	Delitos sexuales	Doloso	Culposo	Otros delitos
Estado	56,999	11,003	6,694	2,928	798	5,996	3,073	2,414	1,050	700	639	33	169	21,505
Mérida	41,836	7,969	4,860	2,702	578	4,474	2,340	1,930	817	420	561	17	117	15,051

Los delitos que aparecen en este tabulado corresponden a un listado en el que se desagrega, en orden de frecuencia decreciente, hasta un 66.73 % del total de delitos registrados en averiguaciones previas iniciadas por las agencias del ministerio público.

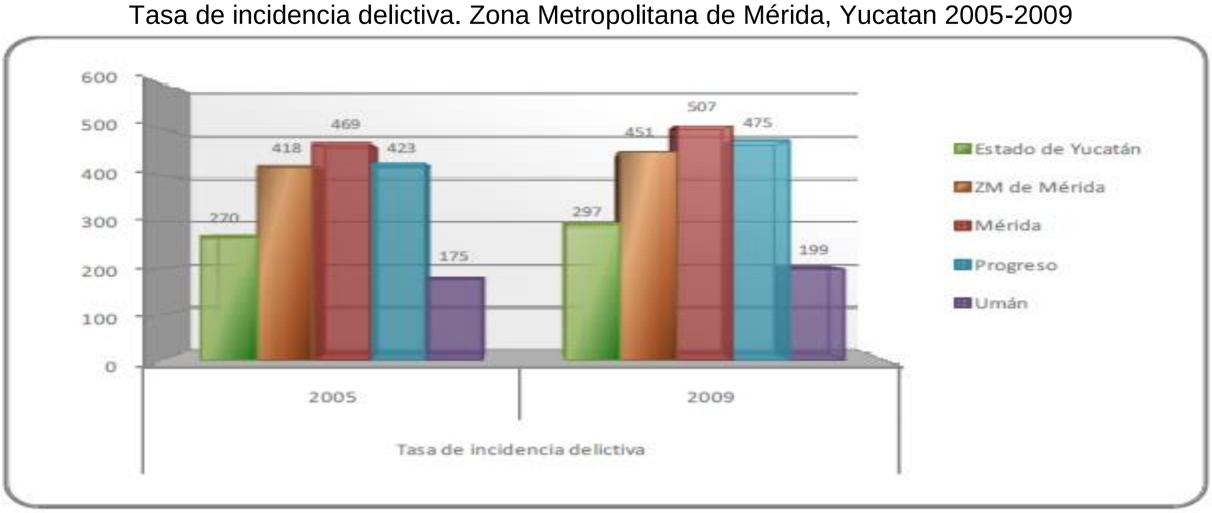
Fuentes: INEGI, Procuraduría General del Estado. Dirección de Informática y Estadística.

[62] www.merida.go.mx/finanzas/portal/gobierno/contenido/planmunicipaldesarrollo.htm

4.6.2. Número de policías por cada 1000 habitantes[63]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Fuerza de seguridad encargada de mantener el orden público y la seguridad de los ciudadanos, bajo las órdenes de la autoridad política.
¿Qué mide el indicador?: Relación de policía respecto al número de habitantes.
Información encontrada: La Policía Municipal de Mérida sólo tiene la jurisdicción de cuidar el centro de la ciudad, el resto de la ciudad es patrullado por la Policía Estatal. La Policía Municipal dispone de 2,460 policías, que la mayoría patrulla las calles del centro de Mérida o se encargan de la correcta circulación vehicular. El número de elementos de la policía estatal es de 6,927 de los cuales se considera un 60% cuide el orden en Mérida y el 40% en los demás municipios, se tiene un total de 6,927 policías para una población es de 830,732 del cual e obtiene la cantidad de 8 policías por cada 1000 habitantes.

4.6.3. Incidencia Delictiva[64]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Es el número de veces que se cometen todos los ilícitos, ya sea delito contra la salud o delito diverso. La incidencia se registra en el momento de iniciar la averiguación previa.
¿Qué mide el indicador?: la incidencia delictiva en el municipio.
Información encontrada: En el período comprendido entre los años 2005 y 2009 la tasa de incidencia delictiva se incrementó de 418 a 451 los delitos cometidos
Por cada 10 mil habitantes, valor considerablemente superior al presentado a nivel estatal de 297; destaca el Ministerio Público de Mérida con una tasa de 4510 delitos por cada 100, 000 habitantes.

Tasa de incidencia delictiva. Zona Metropolitana de Mérida, Yucatan 2005-2009



Fuentes: INEGI, Anuarios Estadísticos del Estado de Yucatán 2006 y 2010, Seguridad y orden público, Cuadros 6.3. y 8.3.
Consejo Nacional de Población (CONAPO), Proyecciones de la Población en México 2005-2030.

[63] www.merida.go.mx/finanzas/ portal/gobierno/contenido/; planmunicipaldesarrollo.htm; www.insyde.org.mx; mario.romero@merida.gob.mx
[64] INEGI, Programa Integral de Desarrollo Metropolitano, www.comey.yucatan.gob.mx/marco/files/II.7_Estado_de_Derecho-pdf

4.6.4. Delitos a mano armada por cada 100,000 habitantes[65]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Tipo de robo en el cual el autor del delito causa la violencia, intimidación o afección física en la víctima mediante la utilización de armas, ya sea un arma blanca o un arma de fuego.

¿Qué mide el indicador?: El aumento o disminución de los delitos por lesiones a mano armada y si es representativo en el municipio de Mérida.

Información encontrada: En el período comprendido entre los años 2005 y 2009 los delitos contra la vida e integridad de las personas destacando los correspondientes a lesiones, que tuvieron un incremento del 12.68% y presentaron el 18.99% de los delitos cometidos, cifra que muestra proclividad a la violencia social. En 2011 se denunciaron 422 delitos a mano armada, considerando una población de 830,732 obtenemos 51 delitos a mano armada por cada 100,000 habitantes. Ver la tabla anexa de Denuncias ante agencias del Ministerio Público.

4.6.5. Homicidios Dolosos[66]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Es un subtipo del delito de homicidio que se caracteriza porque el criminal busca intencionadamente el resultado de muerte de la víctima.

¿Qué mide el indicador?: El número de homicidios dolosos registrados en Mérida.

Información encontrada: Los homicidios dolosos registrados en averiguaciones previas iniciadas por las agencias del Ministerio Público del Fuero Común en el Municipio de Mérida 2009, le corresponden 17 de los 33 homicidios dolosos registrados en el Estado de Yucatán, considerando una población de 830,732 se obtiene 2 homicidios por cada 100,000 habitantes.

4.6.6. Delitos a las Instituciones de banca y crédito[67]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: El delito financiero se comete en un entorno profesional o comercial con el objetivo de ganar dinero. Estos delitos no son violentos, pero ocasionan pérdidas a compañías, inversores y empleados. Estos delitos incluyen fraude, hurto y algunas otras violaciones a la ley.

¿Qué mide el indicador?: El número de delitos a las Instituciones de banca y crédito.

Información encontrada: De los delitos registrados en averiguaciones previas iniciadas por las agencias del Ministerio Público del fuero común, por ocurrencias según principales delitos en el municipio de Mérida, 2009, se encontró cero delitos a las Instituciones de Banca y Crédito. Ver a continuación la tabla de Delitos registrados en averiguaciones previas iniciadas.

---

[65] http://www.fge.yucatan.gob.mx/descargas.php?file=CIEISP_YUC_OCTUBRE_2011

[66] Procuraduría General de Justicia del Edo.
Dirección de Informática y Estadística.
www.merida.go.mx/finanzas/portal/gobierno/contenido/planmunicipaldesarrollo.htm

[67] www.merida.go.mx/finanzas/portal/gobierno/contenido/planmunicipaldesarrollo.htm

Delitos registrados en averiguaciones previas iniciadas

Delito	Delitos registrados en averiguaciones previas iniciadas	Delito	Delitos registrados en averiguaciones previas iniciadas
Robo	11,003	Injurias	2,414
A casa habitación	4,736	Incumplimiento de las obligaciones de asistencia familiar	2,375
A instituciones bancarias	0		
A negocios	1,097	Fraude	1,050
A transeúntes	1,477	Abuso de confianza	700
A transportistas	0	Delitos sexules	639
De vehículos	408	Violación	340
Otros	3,285	Otros	299
Lesiones	10,420	Homicidio	202
Dolosas	6,694	Doloso	33
Culposas	2,928	Culposo	169
No especificado	798	Despojo	160
Daño en las cosas	5,996	Privación de la libertad	2
No especificado	798	Otros delitos	18,965
Amenazas	3,073		
		Total	56,999

Nota: Los delitos que aparecen en este tabulado corresponden a un listado en el que se desagrega, en orden de frecuencia decreciente, hasta un 66.73 % del total de delitos registrados en averiguaciones previas iniciadas por las agencias del ministerio público.

Una averiguación previa puede incluir uno o más delitos

Fuente: Procuraduría General de Justicia del Estado. Dirección de Informática y Estadística.

4.6.7. Denuncias del fuero común[68]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Se refiere al ámbito legal de cada entidad en lo particular, que se encuentra regulado en los cuerpos de las leyes locales.

¿Qué mide el indicador?: El número de denuncias ante el ministerio público de Mérida.

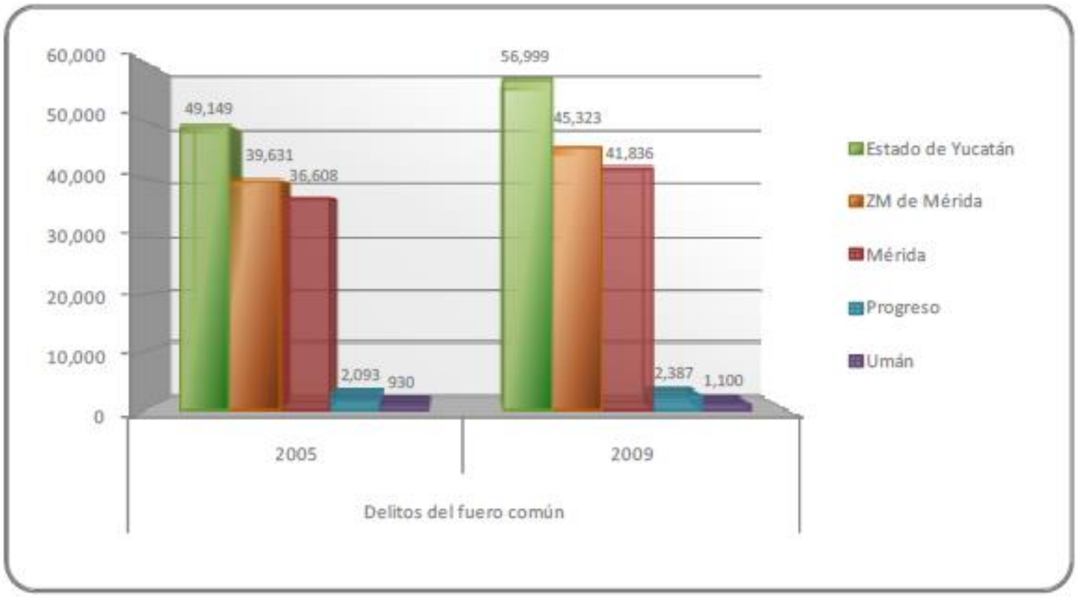
Información encontrada: En el período comprendido entre los años 2005 y 2009, los delitos del fuero común denunciados ante el Ministerio Público crecieron a una tasa media anual de 4.57% menor a la estatal que en este período fue de 5.06%

Del total de los delitos registrados, los de la zona Metropolitana representan el 79.52% de los ilícitos cometidos en el estado, concentrando el ministerio público de Mérida (41,836) el mayor número (73,40%) de acuerdo con las averiguaciones previas iniciadas, que en relación con la población de 830,732, representa 5 denuncias por cada 100 habitantes. Ver a continuación imagen de. Delitos registrados del fuero común. Zona Metropolitana de Merida, Yucatán, 2005-2009.

---

[68] INEGI Programa Integral de Desarrollo Metropolitano. www.comey.yucatan.gob.mx/marco/files/II.7_Estado_de_Derecho-pdf

Delitos registrados del fuero común. Zona Metropolitana de Merida, Yucatán, 2005-2009



Fuentes: INEGI, Anuarios Estadísticos del Estado de Yucatán 2006 y 2010, Seguridad y orden público, Cuadros 6.3. y 8.3.
Consejo Nacional de Población (CONAPO), Proyecciones de la Población en México 2005-2030.

4.6.8. Refugios temporales para contingencias ambientales y sociales por cada 100,000 habitantes[69]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Es un espacio creado artificialmente por el hombre o tomado por él como espacio de protección frente a posibles peligros, puede ser temporal y se entiende como un espacio seguro y más o menos cómodo.

¿Qué mide el indicador?: El número de refugios temporales del Municipio de Mérida.

Información encontrada: El Municipio de Mérida cuenta con 197 refugios temporales que en relación a la población de 830,732 se cuenta con 24 refugios por cada 100,000 habitantes.

[69] http://www.yucatan.gob.mx/procivy/ver_municipio.php?id=50

Fiscalía General del Estado de Yucatán
Denuncias ante agencias del Ministerio Público

FORMATO CIEISP-2011

	CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	GRAN TOTAL	4,190	4,084	4,508	4,440	4,557	4,216	4,230	4,477	4,210	4,218	0	0	43,130
1	TOTAL DE ROBOS	663	630	698	670	646	626	708	712	672	713	0	0	6,738
	CON VIOLENCIA	261	242	279	252	297	256	269	308	286	285	0	0	2,735
	SIN VIOLENCIA	402	388	419	418	349	370	439	404	386	428	0	0	4,003
1.1	ROBO COMUN	662	625	694	665	644	625	705	709	671	711	0	0	6,711
1.11	CON VIOLENCIA	261	242	279	252	297	256	269	307	286	285	0	0	2,734
	A CASA HABITACION	173	166	196	166	207	181	193	224	189	181			1,876
	A NEGOCIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	DE VEHICULOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	A TRANSPORTISTAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	A TRANSEUNTES	88	76	83	86	90	75	76	83	97	104			858
	OTROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	SIN DATOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
1.12	SIN VIOLENCIA	401	383	415	413	347	369	436	402	385	426	0	0	3,977
	A CASA HABITACION	280	256	277	275	231	237	267	273	240	280			2,616
	A NEGOCIO	116	124	126	109	92	117	146	116	124	120			1,190
	DE VEHICULOS	5	3	12	29	24	15	23	13	21	26			171
	A TRANSPORTISTAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	A TRANSEUNTES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	OTROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	SIN DATOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
1.2	ROBO DE GANADO (ABIGEATO)	1	5	4	5	2	1	3	2	1	2			26
1.3	ROBO EN INSTITUCIONES BANCARIAS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
1.31	CON VIOLENCIA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	A BANCOS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	A CASA DE BOLSA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A CASA DE CAMBIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A EMPRESA DE TRASLADO DE VALORES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	OTROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SIN DATOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.32	SIN VIOLENCIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A BANCOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A CASA DE BOLSA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A CASA DE CAMBIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A EMPRESA DE TRASLADO DE VALORES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	OTROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SIN DATOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.4	ROBO EN CARRETERAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.41	CON VIOLENCIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A CAMIONES DE CARGA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A AUTOBUSES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A VEHICULOS PARTICULARES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	OTROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SIN DATOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.42	SIN VIOLENCIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A CAMIONES DE CARGA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A AUTOBUSES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	A VEHICULOS PARTICULARES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	OTROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SIN DATOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	TOTAL DE LESIONES	585	472	581	583	670	555	538	551	537	527	0	0	5,599
2.1	DOLOSAS	470	357	477	458	542	444	455	471	430	450	0	0	4,554
	CON ARMA BLANCA	37	27	38	33	45	30	23	27	29	44			333
	CON ARMA DE FUEGO	14	4	4	5	7	4	1	12	7	9			67
	OTROS	419	326	435	420	490	410	431	432	394	397			4,154
	SIN DATOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
2.2	CULPOSAS	115	115	104	125	128	111	83	80	107	77	0	0	1,045
	CON ARMA BLANCA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	CON ARMA DE FUEGO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	OTROS	115	115	104	125	128	111	83	80	107	77			1,045
	SIN DATOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
3	TOTAL DE HOMICIDIOS	8	11	11	19	6	9	7	18	17	27	0	0	133
3.1	DOLOSOS	2	6	3	5	2	5	3	8	3	2	0	0	39
	POR ARMA DE FUEGO	1	2	0	2	0	2	0	4	0	1			12
	POR ARMA BLANCA	0	1	2	1	0	2	2	2	0	0			10
	OTROS	1	3	1	2	2	1	1	2	3	1			17
	SIN DATOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
3.2	CULPOSOS	6	5	8	14	4	4	4	10	14	25	0	0	94
	POR ARMA DE FUEGO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	POR ARMA BLANCA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	OTROS	6	5	8	14	4	4	4	10	14	25			94
	SIN DATOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
4	DELITOS PATRIMONIALES	958	924	919	992	1,005	978	953	1,014	946	922	0	0	9,611
4.1	ABUSO DE CONFIANZA	148	163	189	149	187	150	177	166	151	166			1,646
4.2	DAÑO EN PROPIEDAD AJENA	544	516	535	610	599	598	568	570	572	570			5,682
4.3	EXTORSION	1	4	3	3	2	1	9	0	1	1			25
4.4	FRAUDE	265	241	192	230	217	229	199	278	222	185			2,258
4.5	DESPOJO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	CON VIOLENCIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	SIN VIOLENCIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	SIN DATOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
5	PRIV. DE LA LIBERTAD (SECUESTRO)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
6	DELITOS SEXUALES (VIOLACION)	34	39	39	28	29	27	37	42	39	29			343
7	OTROS DELITOS	1,942	2,008	2,260	2,148	2,201	2,021	1,987	2,140	1,999	2,000	0	0	20,706
	SUMA DE OTROS DELITOS	1,942	2,008	2,260	2,148	2,201	2,021	1,987	2,140	1,999	2,000	0	0	20,706
	AMENAZAS	397	443	485	536	519	455	479	549	532	503			4,898
	ESTUPRO	1	4	3	3	4	2	3	0	1	3			24
	OTROS SEXUALES	51	51	77	67	47	57	47	56	60	72			585
	RESTO DE LOS DELITOS (OTROS)	1,493	1,510	1,695	1,542	1,631	1,507	1,458	1,535	1,406	1,422			15,199

4.7. PROMOCION Y COMERCIALIZACION

Objetivo: Fortalecimiento de la promoción y el mercadeo Turístico del destino y productos Turísticos.
Estrategia: Implementación de lineamientos y criterios para la elaboración y estructuración de las campañas de promoción y mercadeo considerando los principales atractivos y productos turísticos del destino y establecer, una metodología de medición del retorno de inversiones de la publicidad en dichas campañas.
Líneas de Acción:
Alinea las campañas de promoción turística que realizan las instituciones públicas.
Establecer indicadores de medición de resultados.
Planeación de las campañas de promoción turística de acuerdo a resultados de los indicadores de medición.
Indicadores:

4.7.1. Montos de inversión en campañas de publicidad Turística[70]

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Este indicador nos presenta el monto de inversión de las campañas de publicidad de manera anual, de acuerdo a los planes establecidos por el sector público estatal y municipal.
¿Qué mide el indicador?: La inversión en campañas de publicidad turística del Edo.
Información encontrada: Se cuenta con los planes y el monto de los planes de marketing que se han realizado del 2009 al 2012. Ver imágenes siguientes:

	SEFOTUR	AYUNTAMIENTO	TOTAL
2009	$35,368,452.00	$456,580.00	$35,825,032.00
2010	$27,166,618.00	$912,000.00	$28,078,618.00
2011	$27,000,000.00	$924,000.00	$27,924,000.00
2012	$24,000,000.00	$951,770.00	$24,951,770.00



[70] Secretaria de Fomento Turístico del Estado de Yucatán (SEFOTUR), julio 2013 H. Ayuntamiento de Mérida, Subdirección de Turismo. Julio 2013

4.7.2. Porcentaje de visitantes y turistas que regresan[71]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Este indicador es de gran utilidad para conocer el comportamiento y preferencias del turista, y poder contar con una referencia para la creación de futuros planes en el sector

¿Qué mide el indicador?: Este Indicador nos muestra El porcentaje de probabilidad de retorno del turista al destino. Estudio único a nivel Estado.

Información encontrada: El último y único estudio que se tiene es del año 2010. Fuente: "Perfil y grado de Satisfacción del Turista 2010". Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR). La información obtenida es la siguiente:

Probabilidad de retorno del turista al destino

DEFINITIVAMENTE SI	71%
PROBABLEMENTE SI	25%
QUIZÁ NO	3%
PROBABLEMENTE NO	1%



4.7.3. Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino[72]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Con este indicador conocemos el grado de recomendación que nuestros visitantes podrán proporcionar a otros turistas para que visiten nuestra ciudad.

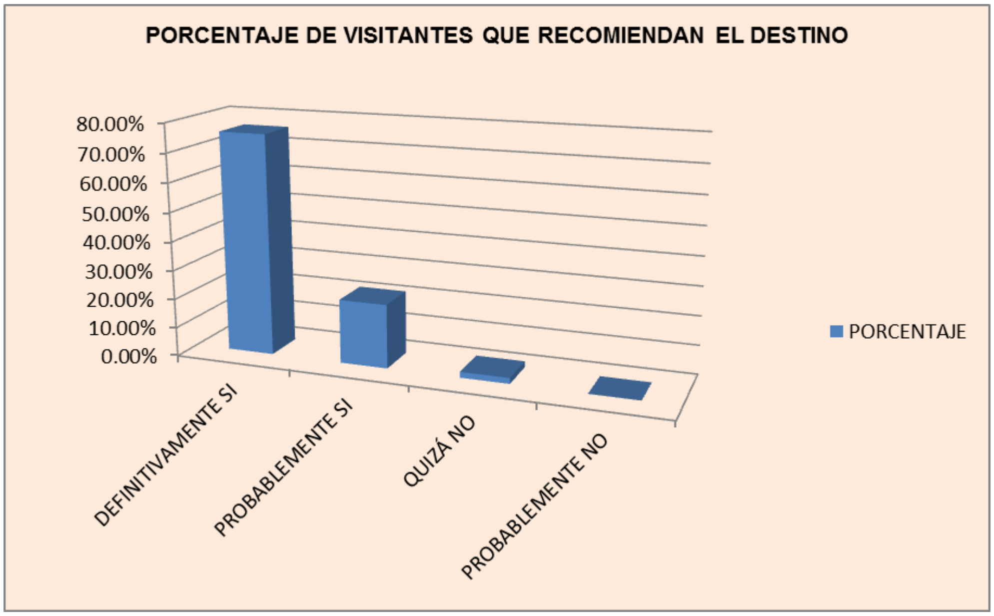
---

[71] Secretaria de Fomento Turístico del Estado de Yucatán (SEFOTUR). Julio 2013

[72] Ídem

¿Qué mide el indicador?: Este Indicador mide el porcentaje de visitantes que recomiendan un destino. Estudio único realizado a nivel Estado
Información encontrada: El último y único estudio que se tiene es del año 2010. Fuente: "Perfil y grado de Satisfacción del Turista 2010". Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR). La información obtenida es la siguiente:

DEFINITIVAMENTE SI	76%
PROBABLEMENTE SI	22%
QUIZÁ NO	2%
PROBABLEMENTE NO	0%



4.7.4. Segmento de población atendidos en las campañas de promoción del destino[73]
Tipo de indicador: Cualitativo
Descripción del indicador: Este indicador nos permite conocer los mercados socio económicos a quien se dirige las campañas de publicidad por medio de las revistas, prensa y medios de publicidad seleccionados.
¿Qué mide el indicador?: Este Indica los mercados socio-económicos a los cuales van dirigidos las campañas de publicidad realizadas para un destino en específico. Nivel Estado
Información encontrada: Las campañas de publicidad que se han realizado del 2008 al 2012 se han dirigido a diversos segmentos de población a nivel nacional, principalmente a los segmentos **AA, A y B.** Utilizando los medios adecuados en cada uno de ellos. No existe un parámetro ni lineamiento en su aplicación

[73] Ídem

4.7.5. Diversificación en segmento mercado[74]

Tipo de indicador: Cualitativo

Descripción del indicador: Con este indicador podemos determinar los segmentos de mercado atendido en cada campaña realizada.

¿Qué mide el indicador?: Nos indica los segmentos de mercado a quien va dirigida las campañas de promoción. Nivel Estado.

Información encontrada: Las campañas de publicidad que se han realizado del 2008 al 2012 se han dirigido a diversos segmentos de mercado a nivel nacional e internacional, principalmente a los Mercados

- Arqueológico,
- Gastronómico,
- Colonial,
- Turismo de Naturaleza y
- Congresos y Convenciones,(este último solo en revistas especializadas).No existe parámetro ni lineamiento en su aplicación

4.7.6. Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV´s) u organismos similares[75]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Señala la existencia y tiempo de operación de las oficinas públicas dedicadas a Congresos y convenciones en el Destino

¿Qué mide el indicador?: Este Indicador informa el número de direcciones o dependencias institucionales dedicadas a la atención del segmento de congresos y convenciones en la localidad.

Información encontrada: Se cuenta con una oficina dedicada a la promoción del destino para Congresos y Convenciones desde el año 2002. Nivel Estado

4.7.7. Cantidad de Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local) que participan en eventos de la plaza[76]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: "Destination Management Company" (DMC) Término utilizado para denominar a una compañía de servicios profesionales de consultoría, planeación, diseño, logística y ejecución de eventos, que cuenta con un amplio y vasto conocimiento del destino

¿Qué mide el indicador?: Este indicador nos informa el grado, en términos de porcentaje, de participación que tienen los DMC's del destino en las actividades de promoción, logística y ejecución de eventos de plaza del segmento de mercado de congresos y convenciones.

Información encontrada: No se cuenta con un instrumento de medición para existe rubro, pero la percepción del sector es muy alta. La información obtenida es la siguiente: 2002 al 2012.- 95% al 100% de los 13 existentes (Actualmente se encuentran 7 más en proceso de certificación)

[74] Ídem
[75] Ídem
[76] Ídem

4.7.8.Diversificación en segmento de mercado geográfico[77]

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Nos señala la cobertura geográfica en la implementación de las campañas de promoción a nivel regional, nacional e internacional.

¿Qué mide el indicador?: Este indicador mide los mercados geográficos atendidos en cada campaña institucional turística. Nivel Estado

Información encontrada: Las campañas de publicidad han sido realizadas considerando las principales ciudades productoras de Turismo regional y nacional para el Estado y la Ciudad de Mérida, así como los principales países y ciudades de Europa y Norteamérica

Resumen de Montos		
2008		%
Total ejercido	$ 36,863,339.96	100%
Nacional	$ 16,000,000.00	43%
Norteamerica	$ 13,566,873.00	37%
Europa	$ 7,296,466.96	20%
Resumen de Montos		
2009		%
Total ejercido	$ 35,368,452.47	100%
Nacional	$ 22,418,871.85	63%
Norteamerica	$ 6,556,892.15	19%
Europa	$ 6,392,688.47	18%
Resumen de Montos		
2010		%
Total ejercido	$ 27,166,618.13	100%
Nacional	$ 18,227,579.51	67%
Norteamerica	$ 8,939,038.62	33%
Resumen de Montos		
2011		%
Total ejercido	$ 27,000,000.00	100%
Nacional	$ 27,000,000.00	100%
Resumen de Montos		
2012		%
Total ejercido	$ 41,675,575.65	100%
Nacional	$ 28,854,067.11	69%
NORTEAMERICA	$ 12,821,508.54	31%

4.7.9. Alcance de las campañas y medios de promoción[78]

Tipo de indicador: Cualitativo

Descripción del indicador: Por medio de ésta información podremos medir el nivel de alcance que tienes las campaña promocionales del Destino llevadas a cabo y el clase de medios utilizados para ello.

[77] Ídem
[78] Ídem

¿Qué mide el indicador?: Este indicador nos informa el alcance de las campañas promocionales del Destino llevadas a cabo y los medios utilizados.
Información encontrada: Las Campañas de promoción (2008- 2012) son de alcance: Regional, Nacional e Internacional.
Los medios utilizados son:
• Prensa
• Radio y Televisión
• Espectaculares
• Revistas Especializadas
• Revistas Turísticas
• Guías

4.7.10. Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino[79]

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Se conoce como **Agencias Mayoristas** a las agencias de viajes que trabajan, elaboran y brindan toda clase de servicios (avión, hotel, transporte) y viajes combinados, mismos que ofrecen a las agencias minoristas para su venta directa al consumidor.
¿Qué mide el indicador?: Este indicador nos informa la Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.
Información encontrada: El destino Si cuenta con agencias de viajes catalogadas como "Mayoristas".
Actualmente existen 45 Agencia Mayoristas localizadas en la ciudad de Mérida que son consideradas como promotoras del Destino. Y están afiliadas a la AAPROTUY (Asociación de Agencias Promotoras de Turismo de Yucatán A.C)

4.8. GESTIÓN DEL DESTINO

Objetivo: Aumentar la eficiencia de la gestión del destino
Estrategia: Generación de datos locales para la creación de un sistema de información turística que oriente la toma de decisiones
Líneas de Acción:
- Desarrollo e implementación de un software estadístico que genere información
- Mesas de trabajo para identificar las necesidades en información que más requieren los actores del destino
- Desarrollar mecanismos para que la información oriente la planificación en el destino
- Implementar una planificación participativa

Indicadores:

[79] Ídem

4.8.1. Cuenta el destino con Dirección de Turismo

Tipo de indicador: Cualitativo

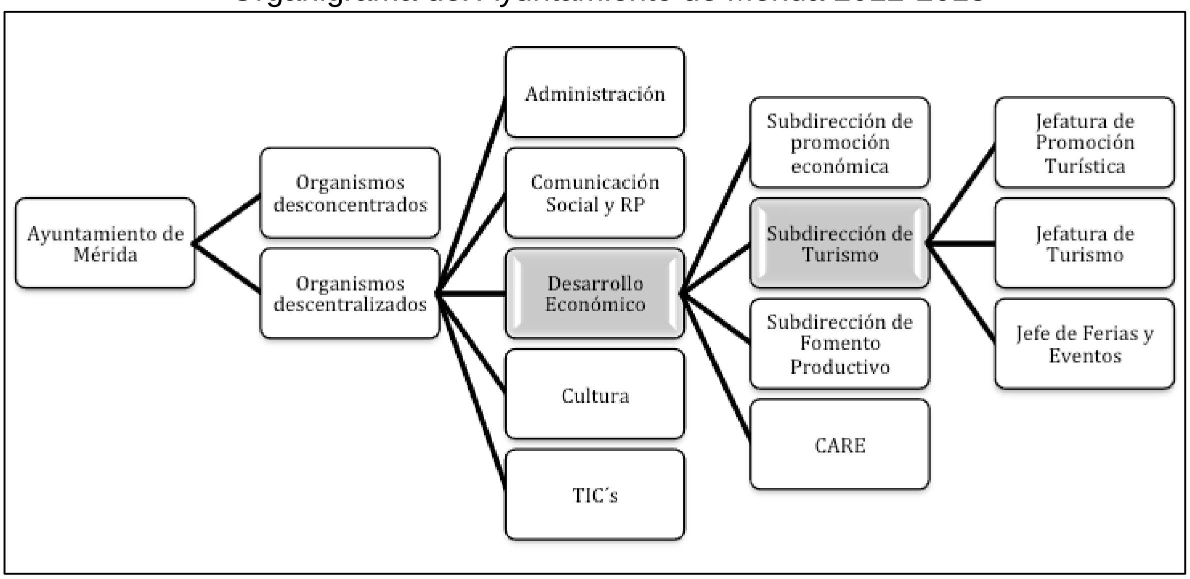
Descripción del indicador: Se entenderá por Dirección de Turismo a la administración local con rango de Dirección y que tiene como objetivo gestionar la actividad turística del destino

¿Qué mide el indicador?: Este indicador informa si el destino cuenta o no con una Dirección de turismo

Información encontrada[80]: El destino Mérida cuenta con 5 organismos descentralizados, de los cuales Desarrollo Económico es uno de ellos. Desarrollo Económico cuenta con 4 subdirecciones y la Subdirección de Turismo es una de ellas. La Subdirección de Turismo tiene a su vez 3 jefaturas: Promoción Turística, Turismo y Ferias y Eventos.

Una de las Lineas de Acción del Eje VII del Plan Municipal de Desarrollo Económico 2012-2015 del Ayuntamiento de Mérida es crear la Dirección de Turismo Municipal para ejecutar programas y acciones en materia turística

Organigrama del Ayuntamiento de Mérida 2012-2015



4.8.2. Planes y Programas de Turismo en el destino

Tipo de indicador: Cualitativo

Descripción del indicador: Se entenderá por planificación turística cualquier plan estratégico, operativo, programas, sistemas de control, diagnósticos de corto, mediano o largo plazo que el destino tenga en materia turística

¿Qué mide el indicador?: Determina si el destino cuenta con algún tipo de planificación y en que consiste esta.

Información encontrada[81]: El municipio de Mérida cuenta con un Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 con 6 Ejes Rectores. El Eje No. VI llamado « Una Mérida

---

[80] Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015. Consulta en linea 14 julio 2013 : http://www.merida.gob.mx/coplademportal/gobierno/contenido/planmunicipaldesarrollo.html

[81] Ídem

Competitiva y Sustentable » contempla el Subeje « Desarrollo Económico y Turístico ». Dentro el Eje VI está el Programa de Turismo Municipal y el Programa de Ferias y Eventos.
El Comité de Planeación Municipal (COPLADEM) se encarga de dar seguimiento al Plan Municipal de Desarrollo, a través de una base de datos de indicadores que se van generando y de esta forma se da seguimiento a las lineas de acción que se derivan de la linea estrátegica de Turismo.

4.8.3. Instancia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, las sociedad civil y los empresarios

Tipo de indicador: Cualitativo
Descripción del indicador: Se entiende por Instancia de coordinación a cualquier tipo de organismo cuyo principal objetivo sea vincular a los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios en el desarrollo turístico del destino.
¿Qué mide el indicador?: La existencia o no, de una instancia de coordinación
Información encontrada[82]: No existe una instancia que coordine a los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios, a favor del desarrollo turístico del destino .
Existe cierta coordinación entre los gobiernos municipales y estatales en materia de promoción turística. Sin embargo, el nivel de involucramiento de las dependencias varía en función de la filiación partidista de sus autoridades. Es decir, existe más cooperación cuando el gobierno municipal y estatal emanan del mismo partido que cuando son de partidos diferentes. Una linea de acción del Eje VI del Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 propone la creación de un Comité Municipal de Turismo en donde participen instancias del sector público y privado con el objeto de establecer un plan consensuado de trabajo y de toma de desiciones. No se observa ningún tipo de esfuerzo por incluir a la sociedad civil en el desarrollo del turismo en el destino

4.8.4. Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo

Tipo de indicador: Cualitativo
Descripción del indicador: Se entiende por Marco Regulatorio a cualquier tipo de Ley o Reglamento que norme la actividad turística en el destino.
¿Qué mide el indicador?: Si el marco regulatorio del destino se alinea o no con la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo
Información encontrada[83]: El destino se alinea parcialmentecon la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo
En julio del 2011 se aprueba en el Congreso del Estado de Yucatán la « Ley para el Fomento y Desarrollo del Turismo en Yucatán » que se alineó con el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2012. Sin embargo, está Ley no cuenta aún con reglamento. Algunas Lineas Estratégicas del Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 de Mérida coinciden con las Lineas de Acción del Eje 4 (México Próspero) del Plan Nacional de Desarrollo 2012-2018

[82] Ídem.
[83] Ídem.

4.8.5. Comités de turismo sustentables
Tipo de indicador: Cualitativo
Descripción del indicador: Se entiende por Comité de Turismo Sustentable a cualquier tipo de agrupación que tenga como objetivo iniciar o mejorar las prácticas sustentables en el destino
¿Qué mide el indicador?: Si el destino cuenta o no con un Comité de Turismo Sustentable
Información encontrada[84]: Aunque el destino Mérida no cuenta con un Comité de Turismo Sustentable, el Eje VI : Una Mérida Competitiva y Sustentable , del Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 establece como Objetivo :
« Contribuir al desarrollo económico sostenido del Municipio. Establecer estrategias para promocionar al Municipio y atraer turistas nacionales e internacionales […] así como transmitir a los habitantes una cultura de educación ecológica y ambiental para la preservación y conservacíónde nuestro medio ambiente […] » (pag. 100)

4.8.6. Nivel de insatisfacción del turista con el comercio ambulante
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Se entiende por nivel de insatisfacción con el comercio ambulante a la percepción, opiniones, actitudes y comentarios que genera el comercio ambulante en los turistas
¿Qué mide el indicador?: El porcentaje de turistas insatisfechos con el comercio ambulante
Información encontrada[85]: El destino no cuenta con ningún tipo de estudio que evalue la percepción del comercio ambulante entre los turistas

4.8.7. Participación de los visitantes en los eventos de turismo
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Determina el número de visitantes que asiste a los eventos del turismo
¿Qué mide el indicador?: Porcentaje de los visitantes del destino Mérida que asisten a eventos turísticos
Información encontrada: No existe el dato

4.8.8. Presupuesto asignado a turismo[86]
Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Se entenderá por fondos asignados a turismo a cualquier cantidad que haya sido destinada a la actividad turística

[84] Ídem.
[85] Entrevista a funcionarios del Ayuntamiento de Mérida. 2013
[86] Sitio oficial del Gobierno del Estado Yucatán . Consultado el linea el 30 junio del 2013.http://www.yucatan.gob.mx/gobierno/dependencias/informacion_dependencia.php?id=16

¿Qué mide el indicador?: Porcentaje del total del presupuesto municipal asignado a Turismo.
Información encontrada: El presupuesto asignado al sector turístico, representa el 49.5% del total ejercido por el Ayuntamiento de Mérida, Yucatán.

	Presupuesto total ejercido por el Ayuntamiento de Mérida 2013	Presupuesto asignado a turismo	Proporción
2012	**1,807,773,608.00**	**8,949,263.00**	**0.4950 %**

4.8.9. Identificación de agentes de desarrollo local

Tipo de indicador: Cuantitativo
Descripción del indicador: Se entenderá por agente de desarrollo local a cualquier actor que promueva el desarrollo del turismo en el destino
¿Qué mide el indicador?: El número de actores de desarrollo local en el destino
Información encontrada[87]: Se identificaron los siguientes actores en el sector turismo: Sector público = 2 actores ; Sociedad civil = 3 actores ; Sector privado = 6 actores.

4.9. TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACIÓN (TICS) E INFORMACION AL TURISMO

Objetivo: Brindar al destino la herramientas tecnológicas necesarias para ofrecer una información Turística veraz y en tiempo real.
Estrategia: Diseño e implementación de una evaluación y actualización continua de las herramientas tecnologías así como una implementación de nuevas tecnologías para brindar un servicio óptimo de información turística.
Líneas de Acción:
Crear aplicaciones turística para dispositivos móviles y tabletas (Guías comérciales)
Establecer un administrador único que aporte los resultados que se obtengan de las diferentes herramientas tecnológicas que se utilicen en la promoción turística para obtener una toma de decisiones más adecuada.
Indicadores:

4.9.1. Portal de internet del destino

Tipo de indicador: Cualitativo
Descripción del indicador: Un portal de Internet es un sitio web que ofrece al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios

[87] Investigación propia

relacionados a un mismo tema. Incluye: enlaces, buscadores, foros, documentos, aplicaciones, compra electrónica, etc. *

¿Qué mide el indicador?: Este Indicador nos informa Si existen o no los portales de promoción turística en el destino

Información encontrada[88]: Si existen y la información encontrada fue la siguiente:

Página Web municipal: www.yucatan.travel

Página Web estatal: www.merida.gob.mx/turismo

4.9.2. Información actualizada en el portal de internet del destino

Tipo de indicador: Cualitativo

Descripción del indicador: Indica la vigencia y periodicidad de la actualización de la información de la página del destino.

¿Qué mide el indicador?: Indica la fecha última de la actualización de la página oficial del destino.

Información encontrada[89]: La información contenida en las páginas web: www.yucatan.travel y www.merida.gob.m/turismo se encuentra en constante actualización.

Las últimas actualizaciones de las mismas se realizaron en el año 2013 y generalmente se realizan 2 actualizaciones al año.

4.9.3. Acceso a internet en sitios públicos

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Acceso a Internet es aquella conexión que permite acceder desde un ordenador personal a Internet, al objeto de navegar, consultar el correo web, chatear, etc.

¿Qué mide el indicador?: Este indicador nos informa si se cuenta con el servicio de internet en lugares turísticos y públicos en el destino y cuáles son.

Información encontrada[90]: El Municipio cuenta con 100 parques públicos ubicados en la ciudad de Mérida y en 5 de sus comisarias, que proporcionan acceso a internet 24 horas de manera gratuita

4.9.4. Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: El objetivo de este es determinar si el destino cuenta con este servicio y/o aplicación para el servicio del turista por la entidad.

¿Qué mide el indicador?: Este indicador nos informa si se cuenta con el servicio de guía turística digital o no en la ciudad o estado.

Información encontrada[91]: El destino Si cuenta con el servicio de guía digital desde el año 2012. Audio guías con información de los principales atractivos turísticos del centro Histórico, en diferentes idiomas que se rentas a los turistas.

---

[88] Secretaria de Fomento Turístico, SEFOTUR. Julio 2013. H. Ayuntamiento de Mérida, Dirección de Desarrollo Económico. Julio 2013 * Wikipedia

[89] **Fuentes:** Secretaria de Fomento Turístico, SEFOTUR. Julio 2013. H. Ayuntamiento de Mérida, Dirección de Desarrollo Económico. Julio 2013

[90] Ídem

4.9.5. Número de visitas al portal del destino

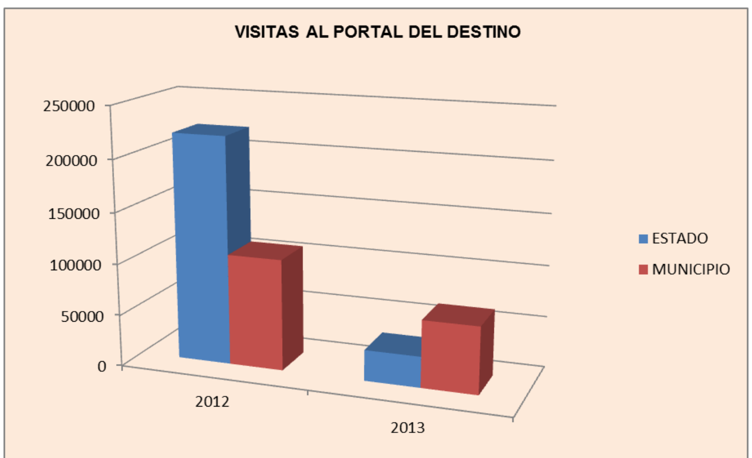
Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Por medio de sus resultados podemos conocer cuántas personas visitan este portal, sus preferencias, tiempo que invierten en visitar la página en general. Nos da una referencia del público que visita la página

¿Qué mide el indicador?: Este indicador informa el número de visitas a la página, de dónde se generan las visitas, tiempo en cada visita y en cada página visitada, la información o página más solicitada.

Información encontrada[92]:

	SEFOTUR	Nacionales / Extranjeros	AYUNTAMIENTO	TOTAL		
2012	220,919	77.48% / 22.52%	108,096	329,015		
2013	30,004	79.41% / 20.59%	64,941	94,945	(hasta el mes de Mayo)	



Mes 2012	**Total de Visitas**	**Porcentaje de Visitas Nacionales**	**Porcentaje de Visitas Extranjeros**
Enero	14,217	80.46	19.54
Febrero	16,003	82.45	17.55
Marzo	20,377	83.5	16.5
Abril	18,228	77.58	22.42
Mayo	20,832	73.3	26.7
Junio	18,135	75.52	24.48
Julio	15,517	73.53	26.47
Agosto	17,448	74.2	25.8
Septiembre	15,811	78.7	21.3

[91] Ídem
[92] Ídem

Octubre	29,822	75.32	24.68
Noviembre	22,583	79.36	20.64

4.9.6. Líneas telefónicas disponibles al turismo

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Líneas Telefónicas de servicio para dudas o quejas de los Turistas o visitantes así como de información relativa al destino

¿Qué mide el indicador?: Este indicador nos informa de la existencia de este tipo de líneas telefónicas en el Destino y la cantidad de las mismas

Información encontrada[93]: En el Estado y en el Municipio **NO** se cuenta con líneas telefónicas exclusivas para este fin.

4.9.7. Existencias de puntos de información turística

Tipo de indicador: Cuantitativo

Descripción del indicador: Indica si el destino cuenta con módulos o puntos específicos de información turística a donde los visitantes o turistas pueden acudir

¿Qué mide el indicador?: Este indicador nos informa el número de módulos de información Turística que se encuentran en el destino y su ubicació

Información encontrada[94]: El destino cuenta con 8 módulos de información Turística:

	SEFOTUR	AYUNTAMIENTO	TOTAL
2013	3	5	8

SEFOTUR	AYUNTAMIENTO
Teatro Jose Peon Contreras	Palacio Municipal
Palacio de Gobierno	Museo de la Ciudad
Aereopuerto de la Ciudad	Paseo de Montejo
	Parque Zoológico "Centenario"
	Terminal ADO de 2da Clase

[93] ídem.

[94] Ídem

4.9.8. Sistema de Información Estadística del Turismo

Tipo de indicador: Cualitativo

Descripción del indicador: Un sistema de Información Estadística del Turismo Nos proporciona datos descriptivos del comportamiento del Turismo en el destino. Revelando parámetros que son de utilidad para la planeación de acciones futuras y evaluación de resultados.

¿Qué mide el indicador?: Este indicador informa la existencia de algún sistema de información estadística de Turismo en el destino y los resultados del mismo.

Información encontrada: Programa de Monitoreo Hotelero Datatur: http://datatur.sectur.gob.mx ; El municipio no cuenta con un sistema como tal que proporcione esta información, únicamente utiliza un sistema basado en el número de visitantes que acuden a los centros de información turística.

Concepto	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Subtotal
Mérida														
Cuartos registrados fin período	5,731	5,378	5,378	5,378	5,378	5,378	5,378	5,733	5,733	5,731	5,731	5,731	5,731	5,731
5 estrellas	1,987	1,970	1,970	1,970	1,970	1,970	1,970	1,987	1,987	1,987	1,987	1,987	1,987	1,987
4 estrellas	1,482	1,144	1,144	1,144	1,144	1,144	1,144	1,482	1,482	1,482	1,482	1,482	1,482	1,482
3 estrellas	1,147	1,149	1,149	1,149	1,149	1,149	1,149	1,149	1,149	1,147	1,147	1,147	1,147	1,147
2 estrellas	592	592	592	592	592	592	592	592	592	592	592	592	592	592
1 estrella	523	523	523	523	523	523	523	523	523	523	523	523	523	523
Cuartos disponibles promedio	5,688	5,297	5,311	5,322	5,328	5,309	5,308	5,692	5,665	5,644	5,675	5,698	5,688	5,688
5 estrellas	1,946	1,901	1,914	1,930	1,937	1,915	1,914	1,961	1,939	1,920	1,940	1,964	1,946	1,946
4 estrellas	1,482	1,141	1,143	1,140	1,139	1,141	1,139	1,477	1,475	1,474	1,481	1,482	1,482	1,482
3 estrellas	1,147	1,148	1,148	1,148	1,148	1,148	1,149	1,149	1,146	1,146	1,146	1,146	1,147	1,147
2 estrellas	590	590	590	590	589	590	590	590	590	590	590	590	590	590
1 estrella	523	517	516	514	515	515	516	515	515	514	518	516	523	523
Cuartos disponibles	2,011,506	164,193	154,018	164,983	159,842	164,583	159,222	176,484	175,627	169,332	175,956	170,933	176,333	2,011,506
5 estrellas	707,067	58,930	55,512	59,829	58,103	59,360	57,418	60,806	60,100	57,604	60,154	58,920	60,331	707,067
4 estrellas	479,592	35,363	33,134	35,349	34,172	35,370	34,166	45,787	45,733	44,227	45,901	44,448	45,942	479,592
3 estrellas	419,967	35,588	33,292	35,586	34,440	35,588	34,470	35,619	35,532	34,377	35,541	34,377	35,557	419,967
2 estrellas	215,913	18,290	17,110	18,290	17,669	18,290	17,700	18,294	18,290	17,700	18,290	17,700	18,290	215,913
1 estrella	188,967	16,022	14,970	15,929	15,458	15,975	15,468	15,978	15,972	15,424	16,070	15,488	16,213	188,967
Cuartos ocupados	1,091,453	77,896	78,385	97,578	88,972	78,541	81,059	119,340	98,994	75,548	86,043	107,358	101,739	1,091,453
5 estrellas	405,683	29,749	30,023	38,568	33,464	30,382	32,253	41,563	34,957	27,889	31,291	40,481	35,063	405,683
4 estrellas	303,216	18,702	20,190	24,678	22,480	19,147	20,174	37,026	30,976	20,475	25,799	32,891	30,678	303,216
3 estrellas	232,913	16,989	17,666	21,480	20,081	17,395	16,910	26,585	20,367	16,047	16,453	21,008	21,932	232,913
2 estrellas	66,695	5,783	4,372	5,686	5,704	4,752	5,269	6,426	5,641	5,039	5,799	6,049	6,175	66,695
1 estrella	82,946	6,673	6,134	7,166	7,243	6,865	6,453	7,740	7,053	6,098	6,701	6,929	7,891	82,946
Cuartos ocupados residentes	925,915	63,463	63,365	79,776	76,072	67,473	70,561	103,971	85,891	65,521	74,511	89,648	85,663	925,915
5 estrellas	313,244	21,591	22,642	28,588	26,747	24,175	26,051	33,133	27,644	21,811	24,850	30,039	25,973	313,244
4 estrellas	252,076	14,925	15,159	19,205	17,560	15,700	16,998	31,949	27,031	17,665	21,643	27,021	27,220	252,076
3 estrellas	212,457	14,620	15,150	19,263	18,985	16,021	15,841	24,815	18,807	15,060	15,575	19,705	18,615	212,457
2 estrellas	66,073	5,726	4,352	5,601	5,651	4,728	5,241	6,393	5,540	4,999	5,783	6,001	6,058	66,073
1 estrella	82,065	6,601	6,062	7,119	7,129	6,849	6,430	7,681	6,869	5,986	6,660	6,882	7,797	82,065
Cuartos ocupados no residentes	165,538	14,433	15,020	17,802	12,900	11,068	10,498	15,369	13,103	10,027	11,532	17,710	16,076	165,538
5 estrellas	92,439	8,158	7,381	9,980	6,717	6,207	6,202	8,430	7,313	6,078	6,441	10,442	9,090	92,439
4 estrellas	51,140	3,777	5,031	5,473	4,920	3,447	3,176	5,077	3,945	2,810	4,156	5,870	3,458	51,140
3 estrellas	20,456	2,369	2,516	2,217	1,096	1,374	1,069	1,770	1,560	987	878	1,303	3,317	20,456
2 estrellas	622	57	20	85	53	24	28	33	101	40	16	48	117	622
1 estrella	881	72	72	47	114	16	23	59	184	112	41	47	94	881
Llegadas de turistas	1,062,259	68,936	74,688	92,129	93,290	74,745	75,369	126,908	96,261	68,231	79,757	104,853	107,092	1,062,259
5 estrellas	315,206	18,848	23,532	29,547	27,068	23,359	23,979	36,035	26,971	20,396	24,101	32,507	28,863	315,206
4 estrellas	313,675	16,440	20,459	24,740	25,819	18,618	19,441	39,763	32,256	19,027	24,748	36,141	36,223	313,675
3 estrellas	208,961	14,887	15,019	18,570	20,051	15,151	14,731	27,843	17,815	13,195	13,819	17,831	20,049	208,961
2 estrellas	104,056	8,874	6,744	8,486	9,060	7,322	7,924	10,895	8,939	7,395	9,092	9,226	10,099	104,056
1 estrella	120,361	9,887	8,934	10,786	11,292	10,295	9,294	12,372	10,280	8,218	7,997	9,148	11,858	120,361
Llegadas de turistas residentes	879,044	54,648	58,662	72,559	77,079	62,299	64,133	109,968	80,897	58,247	67,155	83,625	89,772	879,044
5 estrellas	223,009	10,775	16,072	19,914	19,521	16,811	17,931	28,123	19,638	15,162	17,821	21,324	19,917	223,009
4 estrellas	243,738	12,207	14,060	17,454	18,554	13,989	15,283	32,696	26,310	15,454	19,240	27,422	31,069	243,738
3 estrellas	190,689	13,235	13,056	16,183	18,934	13,956	13,795	26,090	16,178	12,291	13,105	16,666	17,200	190,689
2 estrellas	103,010	8,765	6,708	8,349	8,946	7,282	7,884	10,834	8,814	7,322	9,060	9,145	9,901	103,010
1 estrella	118,598	9,666	8,766	10,659	11,124	10,261	9,240	12,225	9,957	8,018	7,929	9,068	11,685	118,598
Llegadas de turistas no residentes	183,215	14,288	16,026	19,570	16,211	12,446	11,236	16,940	15,364	9,984	12,602	21,228	17,320	183,215
5 estrellas	92,197	8,073	7,460	9,633	7,547	6,548	6,048	7,912	7,333	5,234	6,280	11,183	8,946	92,197
4 estrellas	69,937	4,233	6,399	7,286	7,265	4,629	4,158	7,067	5,946	3,573	5,508	8,719	5,154	69,937
3 estrellas	18,272	1,652	1,963	2,387	1,117	1,195	936	1,753	1,637	904	714	1,165	2,849	18,272
2 estrellas	1,046	109	36	137	114	40	40	61	125	73	32	81	198	1,046
1 estrella	1,763	221	168	127	168	34	54	147	323	200	68	80	173	1,763
Turistas noche	1,934,764	132,178	133,306	168,488	166,857	131,990	136,300	234,315	182,704	122,374	144,438	187,340	194,474	1,934,764
5 estrellas	639,335	46,258	45,694	59,591	57,091	44,507	47,709	74,451	57,565	40,301	46,898	59,390	59,880	639,335
4 estrellas	601,623	33,831	37,347	47,645	45,916	36,457	38,661	80,570	64,008	36,177	47,905	66,554	66,552	601,623
3 estrellas	402,122	28,047	29,517	36,174	37,745	28,420	27,813	50,195	36,196	25,496	26,389	35,970	40,160	402,122

Porcentaje de ocupación	**54.26**	**47.44**	**50.89**	**59.14**	**55.66**	**47.72**	**50.9**	**67.62**	**56.36**	**44.61**	**48.9**	**62.8**	**57.69**	**54.26**
5 estrellas	**57.37**	50.48	54.08	64.46	57.59	51.18	56.17	68.35	58.16	48.41	52.01	68.7	58.11	**57.37**
4 estrellas	**63.22**	52.88	60.93	69.81	65.78	54.13	59.04	80.86	67.73	46.29	56.2	73.99	66.77	**63.22**
3 estrellas	**55.45**	47.73	53.06	60.36	58.3	48.87	49.05	74.63	57.32	46.67	46.29	61.11	61.68	**55.45**
2 estrellas	**30.88**	31.61	25.55	31.08	32.28	25.98	29.76	35.12	30.84	28.46	31.7	34.17	33.76	**30.88**
1 estrella	**43.89**	41.64	40.97	44.98	46.85	42.97	41.71	48.44	44.15	39.53	41.69	44.73	48.67	**43.89**
Porcentaje de ocupación residentes	**46.03**	**38.65**	**41.14**	**48.35**	**47.59**	**40.99**	**44.31**	**58.91**	**48.9**	**38.69**	**42.34**	**52.44**	**48.58**	**46.03**
5 estrellas	**44.3**	36.63	40.78	47.78	46.03	40.72	45.37	54.48	45.99	37.86	41.31	50.98	43.05	**44.3**
4 estrellas	**52.56**	42.2	45.75	54.32	51.38	44.38	49.75	69.77	59.1	39.94	47.15	60.79	59.24	**52.56**
3 estrellas	**50.58**	41.08	45.5	54.13	55.12	45.01	45.95	69.66	52.92	43.8	43.82	57.32	52.35	**50.58**
2 estrellas	**30.6**	31.3	25.43	30.62	31.98	25.85	29.61	34.94	30.28	28.24	31.61	33.9	33.12	**30.6**
1 estrella	**43.42**	41.19	40.49	44.69	46.11	42.87	41.56	48.07	43	38.8	41.44	44.43	48.09	**43.42**
Porcentaje de ocupación no residentes	**8.22**	**8.79**	**9.75**	**10.79**	**8.07**	**6.72**	**6.59**	**8.7**	**7.46**	**5.92**	**6.55**	**10.36**	**9.11**	**8.22**
5 estrellas	**13.07**	13.84	13.29	16.68	11.56	10.45	10.8	13.86	12.16	10.55	10.7	17.72	15.06	**13.07**
4 estrellas	**10.66**	10.68	15.18	15.48	14.39	9.74	9.29	11.08	8.62	6.35	9.05	13.2	7.52	**10.66**
3 estrellas	**4.87**	6.65	7.55	6.22	3.18	3.86	3.1	4.96	4.39	2.87	2.47	3.79	9.32	**4.87**
2 estrellas	**0.28**	0.31	0.11	0.46	0.29	0.13	0.15	0.18	0.55	0.22	0.08	0.27	0.63	**0.28**
1 estrella	**0.46**	0.44	0.48	0.29	0.73	0.1	0.14	0.36	1.15	0.72	0.25	0.3	0.57	**0.46**
Estadía promedio	**1.82**	**1.91**	**1.78**	**1.82**	**1.78**	**1.76**	**1.8**	**1.84**	**1.89**	**1.79**	**1.81**	**1.78**	**1.81**	**1.82**
5 estrellas	**2.02**	2.45	1.94	2.01	2.1	1.9	1.98	2.06	2.13	1.97	1.94	1.82	2.07	**2.02**
4 estrellas	**1.91**	2.05	1.82	1.92	1.77	1.95	1.98	2.02	1.98	1.9	1.93	1.84	1.83	**1.91**
3 estrellas	**1.92**	1.88	1.96	1.94	1.88	1.87	1.88	1.8	2.03	1.93	1.9	2.01	2	**1.92**
2 estrellas	**1.15**	1.12	1.12	1.18	1.17	1.13	1.18	1.13	1.14	1.15	1.14	1.22	1.18	**1.15**
1 estrella	**1.42**	1.42	1.47	1.39	1.37	1.39	1.37	1.35	1.42	1.43	1.6	1.54	1.34	**1.42**
Estadía promedio residentes	**1.88**	**1.98**	**1.83**	**1.9**	**1.87**	**1.82**	**1.85**	**1.87**	**1.97**	**1.82**	**1.86**	**1.88**	**1.84**	**1.88**
5 estrellas	**2.24**	3.11	2.13	2.22	2.39	2.12	2.17	2.16	2.37	2.1	2.11	2.05	2.29	**2.24**
4 estrellas	**2.04**	2.19	1.96	2.13	1.93	2.12	2.1	2.13	2.11	1.97	2.05	2	1.88	**2.04**
3 estrellas	**1.91**	1.83	1.92	1.98	1.89	1.86	1.88	1.79	2.05	1.92	1.89	2.02	1.98	**1.91**
2 estrellas	**1.16**	1.12	1.12	1.18	1.17	1.13	1.17	1.13	1.14	1.16	1.14	1.22	1.18	**1.16**
1 estrella	**1.42**	1.43	1.47	1.39	1.35	1.39	1.37	1.35	1.43	1.44	1.61	1.55	1.35	**1.42**
Estadía promedio no residentes	**1.53**	**1.67**	**1.6**	**1.53**	**1.39**	**1.45**	**1.53**	**1.65**	**1.47**	**1.6**	**1.52**	**1.38**	**1.65**	**1.53**
5 estrellas	**1.5**	1.57	1.51	1.58	1.35	1.34	1.44	1.71	1.48	1.59	1.46	1.38	1.57	**1.5**
4 estrellas	**1.47**	1.66	1.51	1.43	1.36	1.46	1.55	1.53	1.38	1.57	1.52	1.32	1.57	**1.47**
3 estrellas	**1.99**	2.3	2.25	1.7	1.72	2.01	2	1.92	1.81	1.98	2.09	1.89	2.13	**1.99**
2 estrellas	**1.06**	1	1	1	1	1	1.19	1	1.29	1	1	1.09	1.08	**1.06**
1 estrella	**1.19**	1.05	1.25	1.03	2.55	1	1	1.03	1.03	1	1	1	1.03	**1.19**
Densidad de ocupación	**1.77**	**1.69**	**1.7**	**1.72**	**1.87**	**1.68**	**1.68**	**1.96**	**1.84**	**1.61**	**1.67**	**1.74**	**1.91**	**1.77**
5 estrellas	**1.57**	1.55	1.52	1.54	1.7	1.46	1.47	1.79	1.64	1.44	1.49	1.46	1.7	**1.57**
4 estrellas	**1.98**	1.8	1.84	1.93	2.04	1.9	1.91	2.17	2.06	1.76	1.85	2.02	2.16	**1.98**
3 estrellas	**1.72**	1.65	1.67	1.68	1.87	1.63	1.64	1.88	1.77	1.58	1.6	1.71	1.83	**1.72**
2 estrellas	**1.8**	1.72	1.74	1.76	1.85	1.74	1.77	1.92	1.82	1.7	1.78	1.86	1.93	**1.8**
1 estrella	**2.06**	2.11	2.14	2.09	2.13	2.08	1.97	2.15	2.07	1.93	1.92	2.04	2.02	**2.06**
Densidad de ocupación residentes	**1.78**	**1.7**	**1.69**	**1.73**	**1.89**	**1.68**	**1.68**	**1.98**	**1.86**	**1.62**	**1.68**	**1.76**	**1.93**	**1.78**
5 estrellas	**1.59**	1.55	1.51	1.54	1.75	1.47	1.49	1.83	1.68	1.46	1.51	1.46	1.76	**1.59**
4 estrellas	**1.97**	1.79	1.82	1.93	2.04	1.88	1.89	2.18	2.06	1.72	1.82	2.03	2.14	**1.97**
3 estrellas	**1.72**	1.65	1.65	1.66	1.88	1.62	1.63	1.88	1.76	1.57	1.59	1.71	1.83	**1.72**
2 estrellas	**1.8**	1.71	1.74	1.76	1.85	1.74	1.77	1.92	1.82	1.7	1.78	1.86	1.93	**1.8**
1 estrella	**2.05**	2.09	2.13	2.09	2.11	2.08	1.97	2.15	2.08	1.94	1.92	2.04	2.02	**2.05**
Densidad de ocupación no residentes	**1.7**	**1.65**	**1.7**	**1.68**	**1.75**	**1.63**	**1.63**	**1.82**	**1.72**	**1.59**	**1.66**	**1.66**	**1.78**	**1.7**
5 estrellas	**1.5**	1.55	1.53	1.53	1.52	1.41	1.41	1.61	1.49	1.37	1.43	1.48	1.54	**1.5**
4 estrellas	**2.01**	1.86	1.92	1.9	2.01	1.97	2.03	2.13	2.08	2	2.01	1.97	2.34	**2.01**

Fuentes: Secretaria de Fomento Turístico, SEFOTUR. Julio 2013.H. Ayuntamiento de Mérida, Dirección de Desarrollo Económico. Julio 2

ANALISIS FODA POR FACTOR

1. OFERTA TURÍSTICA

Fortalezas

Número de Museos Porque el destino tiene 14 museos de diferente naturaleza y de talla internacional.

Número de Monumentos Según la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicos, Artísticos e Históricos en Mérida existen 61 monumentos, lo cual es una amplia oferta de Turismo Cultural.

Número de hoteles por categoría y oferta total de habitaciones: por la amplitud y diversidad de la oferta hotelera en el destino con 186 establecimientos y 7038 habitaciones.

Oportunidades

Número total de rutas del destino turístico: Es posible generar más rutas, crear circuitos que incrementen el atractivo del destino.

Existencia de inventarios de atractivos turísticos y prestadores de servicios turísticos: Son pocos e insuficientes, se podría invertir en el diseño y la creación de mayor número de catálogos con una amplia distribución.

Debilidades

Número total de rutas del destino turístico: Pocas rutas operando en el destino, todavía sin consolidarse y que operan y dejan de operar de forma intermitente afectando el destino.

Número de discotecas y bares: Son pocos comparados con los restaurantes. La falta de oferta referente al entretenimiento nocturno incide en la solidez del destino

Amenazas

Gasto promedio de los turistas: No existe una adecuada medición del gasto promedio y por tanto no es posible tener ideas precisas de cómo mejorar este rubro.

Estadía promedio de turistas: la estancia es corta, menor a los dos días y por tanto no genera una derrama económica suficiente para incentivar la consolidación del destino y el desarrollo local.

2. DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA

Fortalezas

Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico en Yucatán es del 12.55% lo que es sobresaliente.

Numero de empleos (directos) en el sector turistico Yucatán es el 7.7% del total existente, esta cifra es considerada económicamente adecuada.

Tasa de desempleo en turismo en Mérida de del 3.7%

La ciudad de Mérida es considerada, según la empresa de opinión pública Consulta Mitofsky, como una de las 10 urbes de la Republica más aptas nivel nacional en materia de seguridad, calidad de vida, educativa y turística.

El grado de rezago social para el Municipio de Mérida es bajo**.**

El porcentaje de población por grado de marginación en la zona metropolitana de Mérida es predominantemente bajo y muy bajo.

Oportunidades

La ubicación geográfica, los atractivos naturales y culturales, la amabilidad de la gente son elementos que brindan una gran oportunidad de mejorar los porcentajes de competitividad a sectores como el turismo si se complementan gestionan adecuadamente.

Debilidades

La participación porcentual de las actividades turísticas en Yucatán es del 2.87, lo que lo coloca por debajo del mínimo aceptable.

El PIB Turístico de Yucatán en el PIB estatal es de apenas un 1.95%

La Participación del Turismo en Yucatán en la Economía Nacional es de 1.61% nivel muy por debajo de la media nacional.

Amenazas

La Tasa de desempleo en turismo en Mérida de del 3.7% aunque hoy es una cifra adecuada, se corre el riesgo de caer fácilmente en los niveles mínimos con cualquier eventualidad, es necesario incrementar este porcentaje.

El Salario Promedio Diario de Cotización en Yucatán es del 3.2%, está en el rango mínimo aceptable dentro del esquema nacional.

3. SUSTENTABILIDAD TURISTICA.

Fortalezas

Iniciativa de planes y programas en materia de educación ambiental educativo y privado. Las acciones municipales y estatales emprendidas son:

a) Proyecto Educativo para la Promoción de una Cultura Ambiental como Forma de Vida,

b) Educación Ambiental en materia de Residuos Sólidos,

c) Programa radiofónico Ecoestereo

d) Comités de Desarrollo Sustentable y Participación Social.

El Ordenamiento ecológico territorial decretado fue publicado en el Diario Oficial el viernes 7 de Septiembre del 2012.

Se cuenta también con el Programa de Manejo de Riesgo.-Ley municipal de protección civil de Mérida; el Programa de protección civil, con 11 brigadas y 18 refugios temporales en Mérida.

Oportunidades

Se cuenta con: el Programa de Acciones de conservación del Patrimonio. Decreto No. 29929 del 24/Julio/2003 del Programa estatal de preservación del patrimonio cultura arquitectónico; Programa de rescate de fachadas de predios del Centro Histórico; Programa de Patrimonio arqueológico; Programa Patrimonio natural – Identificación de cenotes; Programa de difusión al patrimonio cultural e impartición de eventos.
Áreas Naturales Protegidas. Reserva Ecológica de Cuxtal decretada el 28/06/93, con 10,757 has. alrededor del 12% del territorio municipal.
El consumo de energía por cuarto. 3,343 habitaciones, distribuidas en 68 hoteles, con un promedio de consumo aproximado de 268 Kwatts/cuarto mensual.

Debilidades
El porcentaje de cobertura de drenaje y alcantarillado con 14 plantas de tratamiento de aguas residuales en el municipio solamente se cubre el 14.5 de las aguas residuales generadas y no existe sistema de alcantarillado eficiente.
Programa para el manejo integral de desechos sólidos. Se cuenta con un relleno sanitario en el poniente de la ciudad a punto de saturación y la recolección se concesiona a 3 empresas particulares.
El Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico. No se encontró información de este tipo para el municipio de Mérida.
La Aplicación del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo. En el Municipio de Mérida (según el informante) aún no se aplican:
Indicadores de sustentabilidad turística en el sector; El porcentaje de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos; El porcentaje de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles; El porcentaje de Balnearios naturales limpios de agua dulce; El porcentaje de establecimientos con certificado Green Globe; El Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental.

4. FORMACION Y CERTIFICACION

Fortalezas
Recursos humanos calificados para atender el sector Turismo: El Estado y Municipio cuentan con un presupuesto destinado a la impartición de cursos de capacitación al personal del sector Turístico, que se certifican con un reconocimiento avalado por los mismos. Existe un registro de todos los participantes en cada uno de los cursos impartidos así como los que cuentan con el reconocimiento.
Inversión en Planes de capacitación turística: El estado y el municipio cuentan con planes anuales de capacitación en el sector turismo.
Participación de Establecimientos de Alimentos y Bebidas en el programa Distintivo "H": Se cuenta con una base de datos de empresas nuevas y renovadas con la certificación del distintivo "H" por año.
Porcentaje de Empresas con distintivo “M”: Se cuenta con una base de datos de empresas nuevas y renovadas con la certificación del distintivo "M" por año.

Número de Guías de Turistas certificados: Se cuenta con una base de datos con el total de cursos impartidos por año e incluye el número de diplomados de Formación de Guías de Turistas Generales y Locales así como el número de guas acreditados y certificados de acuerdo a la NOM-08

Oportunidades

Cuenta con un sistema de Información que evalúe la satisfacción de los visitantes: No se cuenta con un sistema, por lo que representa una oportunidad para su desarrollo.

Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes: No se cuenta con un sistema, por lo que representa una oportunidad para su desarrollo.

Debilidades

Grado promedio de Escolaridad del personal que labora en el sector: No se cuenta con algún registro de esta información en específico.

Porcentaje del personal del Destino con Educación Turística : No se cuenta con algún registro de esta información en específico.

Porcentaje de prestadores de servicios con un nivel alto de satisfacción en los planes de capacitación turística: No se cuenta con un registro que mida directamente la percepción de los prestadores de servicios con respecto a la calidad de los planes de capacitación Turística institucionales.

5. ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA

Fortalezas

Conectividad aérea: por la cantidad de vuelos 8 destinos y 3 internacionales con un promedio semanal de 16,211 asientos disponibles.

Existencia de servicios de apoyo al turista: hay suficientes a nivel estatal y federal

Existencia de sucursales bancarias: la diversidad de tipos y servicios que ofrecen estimula el gasto en la plaza.

Tarifas hoteleras: se tiene variedad en tipo de hotel y los precios son competitivos.

Porcentaje de avance o de aplicación de los Planes de Desarrollo Urbano decretados: el municipio tiene y muy completo que incluye zonas patrimoniales natural y cultural a conservar.

Acceso a servicios básicos: el municipio tiene una cobertura promedio del 76% en electrificación, drenaje y agua potable, esto lo hace un sitio de alto nivel urbano sin problemas de salud pública.

Oportunidades

Existencia de servicios de hospitales: hay suficientes establecimientos y hay una gran afluencia de personas externas por este motivo se debe motivar la estancia de pernocta hotelera.

Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre del destino: existen sitios de interés para promocionar e impulsar, se tiene la infraestructura vial solo se requiere de poner transporte con regularidad y hacer promoción correspondiente.

Reglamento de Imagen Urbana vigente: existe y se aplica principalmente en el Centro Histórico, se debe ampliar a los nuevos sitios.

Debilidades

Conectividad aérea: altas tarifas, ampliación de destinos y aumento de compañías de bajo costo.

Existencia de servicios de apoyo al turista: se requiere fortalecer este servicio a nivel municipal y ampliar la cobertura.
Reglamento de Imagen Urbana vigente: falta programas de señalética turística en la ciudad y en los nuevos sitios turísticos.
Porcentaje de avance o de aplicación de los Planes de Desarrollo Urbano decretados: faltan programas de rescate de espacios públicos para potenciar nuevos sitios turísticos.

Amenazas

Calidad en el transporte local del destino: el costo y el transporte irregular no permite potenciar la visita a sitios de interés en comisarías y subcomisarias así como a la Reserva Ecológica de Cuxtal, ni potenciar nuevos destinos.

6. SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA

Fortalezas

Percepción del Nivel de Inseguridad: Se cuenta con el nivel más bajo de inseguridad en el país, por ende el Municipio de Mérida también.
Porcentaje de delitos menores en relación a la población: Se cuenta con un porcentaje muy bajo en relación a la población del 3.35%.
Número de policías en relación a la población: La policía municipal sólo tiene la jurisdicción de cuidar el centro de la ciudad, dispone de 600 elementos, que la mayoría patrulla las calles del centro de Mérida y se encarga de mantener que el tráfico circule en forma correcta. Y el gobierno del estado tiene 6,927 elementos.
Incidencia Delictiva: Una baja en la incidencia de robos en más del 41%, destaca el Ministerio Público de Mérida con una tasa de 451 delitos por cada 10,000 habitantes.
Homicidios dolosos: Con menor cantidad de homicidios dolosos contando con 1.74% por cada 100,000 habitantes.
Delitos a las Instituciones de Banca y Crédito: Cero robos a las Instituciones Bancarias.
Programas para el manejo de residuos peligrosos: Mérida cuenta con la infraestructura adecuada para la recolección, tratamiento y disposición de los residuos sólidos.

Oportunidades

El Gobierno del estado expuso al congreso su aprobación para celebrar un contrato de fideicomiso con Banobras a través del Fondo de Apoyo para Infraestructura y Seguridad, que se utilizará para mantener los altos índices de seguridad, aumentar en más del 200% su red de vigilancia con tecnología moderna y eficiente, para el combate y prevención de delitos.

Debilidades

Volumen reciclado de desechos: Se debe desarrollar cadenas de valor de los residuos sólidos mediante la separación efectiva de los subproductos comerciales.

Amenazas

Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas): Falta insuficiencia y concentración de infraestructura principalmente de 2° y 3er. nivel . El hospital de Alta Especialidad debe operar al 100% de su capacidad, pues no se están aprovechando

las instalaciones y se necesita para las personas que no cuentan con un nivel económico como pagar sus estudios necesarios u operaciones.

7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Fortalezas
Montos de inversión en campañas de publicidad Turística: Se cuenta con los planes y el monto de los planes de marketing que se ha realizado anualmente a nivel Estatal y Municipal. Y con el presupuesto para ejercer los planes vigentes
Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV´s) u organismos similares: Se cuenta con información puntual.

Oportunidades
Porcentaje de visitantes y turistas que regresan: El último y único estudio que se tiene es del año 2010 realizado por CESTUR. El resultado que se obtiene es importante para evaluar el comportamiento del turista.
Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino: El último y único estudio que se tiene es del año 2010, realizado por CESTUR. El resultado que se obtiene es importante para evaluar el comportamiento del turista.
Cantidad de Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local) que participan en eventos de la plaza.: No se cuenta con un instrumento de medición para este rubro. Sin embargo la precepción por parte de la OCCY es muy alta.
Alcance de las campañas y medios de promoción: Se cuanta con la información de los medios utilizados pero es importante establecer una metodología de medición del retorno de inversiones de la publicidad en dichos medios.
Debilidades
Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino: se cuentan con la clasificación de cada agencia pero no asegura la dirección de sus accion
Amenazas
Segmento de población atendidos en las campañas de promoción del destino: Este Indica los mercados socio-económicos a los cuales van dirigidos las campañas de publicidad realizadas para un destino en específico sin embargo No existe un parámetro ni lineamiento en su aplicación y solo se tiene resultados Nivel Estado. Y al no estar enfocado solo la ciudad de Mérida puede dar como consecuencia resultados desfavorables para el Destino en cuestión.
Diversificación en segmento mercado: Nos indica los segmentos de mercado a quien va dirigida las campañas de promoción. Sin embargo No existe un parámetro ni lineamiento en su aplicación y solo se tiene resultados Nivel Estado. Y al no estar enfocado solo la ciudad de Mérida puede dar como consecuencia resultados desfavorables para la ciudad.
Diversificación en segmento de mercado geográfico: Este indicador mide los mercados geográficos atendidos en cada campaña institucional turística. Sin embargo No existe un parámetro ni lineamiento en su aplicación y solo se tiene resultados Nivel Estado. Y al no estar enfocado solo la ciudad de Mérida puede dar como consecuencia resultados desfavorables para destino mismo.

8. GESTIÓN DEL DESTINO

Fortalezas

El destino Mérida cuenta con un Plan Municipal de Desarrollo al interior del cual están el Programa de Turismo Municipal y el Programa de Ferias y Eventos. El Comité de Planeación Municipal le da seguimiento a estos programas.

Identificación de agentes de desarrollo local. Se identificó que Mérida cuenta con una cantidad adecuada de agentes de desarrollo local

Debilidades

El Municipio de Mérida no cuenta el destino con una Dirección en Turismo, tiene Subdirección en Turismo que depende de la Dirección de Desarrollo Económico.

Instancia coordinadora legalmente establecida entre los tres niveles de gobierno, los empresarios y la sociedad civil. No Existe.

Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y la Ley General de Turismo. El marco regulatorio se alinea parcialmente con la Nueva Política Nacional Turística y la Ley General de Turismo

Mérida no cuenta con un Comité de turismo sustentable.

Nivel de insatisfacción del turista con el comercio ambulante. No se cuenta con ningún tipo de estudio sobre la percepción del comercio ambulante

Participación de los visitantes en los eventos del turismo. No se cuenta con información sobre asistencia de visitantes a eventos de turismo.

Amenazas

Presupuesto asignado a turismo. El presupuesto asignado a turismo por el Ayuntamiento en el 2013 fue de menos del 1 % de su presupuesto total.

9. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC´S) E INFORMACIÓN AL TURISTA

Fortalezas

Portal de internet del destino: se cuenta con un portal activo de promoción del destino, tanto a nivel estado como a nivel Municipal

Información actualizada en el portal de internet del destino: Se encuentra actualizada y supervisada continuamente, tanto a nivel estado como a nivel municipio.

El Municipio cuenta con 100 parques públicos ubicados en la ciudad de Mérida y en 5 de sus comisarias, que proporcionan acceso a internet gratuito las 24 horas.

Número de visitas al portal del destino: Se cuenta con información del número de visitas a la página, de dónde se generan las visitas, tiempo en cada visita y en cada página visitada, la información o página más solicitada.

Existencias de puntos de información turística: El destino cuenta con 8 módulos de información Turística: 3 estatales y 5 Municipales

Oportunidades

Número de visitas al portal del destino, es muy utilizado.

Debilidades

Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés: A Nivel Estado El destino Si cuenta con el servicio de guía digital desde el año 2012, y a nivel Municipio cuenta con Audio guías con información de los principales

atractivos turísticos del centro Histórico, en diferentes idiomas que se rentas a los turistas. Sin embargo no son requeridos por nuestros visitantes, ni tienen la demanda esperada

Líneas telefónicas disponibles al turismo: Este indicador nos informa de la existencia de líneas telefónicas de servicio para dudas o quejas de los Turistas o visitantes así como de información relativa al Destino y la cantidad de las mismas. En el Estado y en el Municipio NO se cuenta con líneas telefónicas para este fin.

Sistema de Información Estadística del Turismo: El municipio no cuenta con un sistema como tal que proporcione esta información, únicamente utiliza un sistema basado en el número de visitantes que acuden a los centros de información turística. A nivel estado se cuenta con el sistema DATATUR

Amenazas

De no actualizarse constantemente el sistema informático, se corre el riesgo de obsolescencia en los servicios para el turista.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

1. **Matriz de compromisos –** Macro Proyecto de la Región Sur y Corredor Turístico Progreso – Xcambó

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Macro Proyecto de la Región Sur y Corredor Turístico Progreso – Xcambó. (Propuesta estatal)	Realización de proyectos estatales y federales	UADY- Lic. Turismo SECTUR SEFOTUR Gobierno del Estado Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales	Existen diagnósticos y proyectos para cada posibilidad

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

2. Matriz de proyecto – Macro Proyecto de la Región Sur y Corredor Turístico Progreso – Xcambó

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Macro Proyecto de la Región Sur y Corredor Turístico Progreso – Xcambó (Propuesta estatal)	**Macro Proyecto de la Región Sur** **Chocholá.** Mejoramiento de imagen urbana e iluminación de la iglesia principal. **Maxcanú.** Mejoramiento de imagen urbana e iluminación de la iglesia principal. Construcción de Unidad de servicios turísticos en la zona arqueológica de Oxkintok. Construcción de Unidad de servicios turísticos y señalización en las grutas de Aktun Usil. **Opichén.** Mejoramiento de imagen urbana e iluminación de la iglesia principal. Construcción de Unidad de servicios y señalética en las Grutas de Calcehtok.	No se conoce	Desarrollar polos de atracción en el estado que coadyuvan a elevar a Mérida como destino turístico Incremento de PIB de turismo Incremento de pernocta en Mérida	UADY- Lic. Turismo SECTUR SEFOTUR Gobierno del Estado Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales Proyección anual: 12 meses

	Muna. Mejoramiento de imagen urbana e Iluminación de la iglesia principal. **Ticul.** Rescate del casco de la hacienda San Juan Bautista “Tabi”, senderos y señalética. **Santa Elena.** Mejoramiento de imagen urbana e iluminación de la iglesia principal, museografía e iluminación del Museo de las Momias y señalética. Construcción de Unidad de Servicios Turísticos y señalética en la zona arqueológica de Kabah. **Oxkutzcab.** Mejoramiento de imagen urbana, iluminación de la iglesia principal, iluminación de La Ermita del Pilar y señalética. Construcción de Unidad de Servicios Turísticos y señalética en la zona arqueológica de Labná. Construcción de Unidad de Servicios Turísticos y señalética en la zona arqueológica de Sayil.			

	Construcción de Unidad de Servicios Turísticos y señalética en la zona arqueológica de X’lapac. **Tekax.** Mejoramiento de imagen urbana, iluminación de la iglesia principal, iluminación de La Ermita de San Diego y señalética. Construcción de Unidad de Servicios Turísticos y señalética en la zona arqueológica de Chacmultún. - **Maní.** Mejoramiento de imagen urbana e iluminación de la iglesia principal. - **Tecoh.** Mejoramiento de imagen urbana e iluminación de la iglesia principal. - **Acanceh.** Mejoramiento de imagen urbana e iluminación de la iglesia principal. **Corredor Turístico Progreso – Xcambó.** - Construcción de un Parador Turístico en “El Corchito”. - Rehabilitación del mirador “Uaymitún”. Construcción de un mirador en Xcambó			

1. **Matriz de compromisos -** Sistema de Información Turística

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Generación y sistematización de datos locales para la creación de un Sistema de Información Turística.	Programa de medición y monitoreo sistemático de la satisfacción de visitante al destino a través de encuestas de salida	UADY Lic. Turismo SEFOTUR	Se han levantado encuestas de satisfacción al turista.
	Desarrollo del observatorio de la actividad turística que permita evaluar permanentemente el comportamiento del sector y emitir directrices estratégicas	UADY Lic. Turismo SEFOTUR	Existen departamentos de estadística en la Secretaria estatal y un área de análisis en el ayuntamiento de Mérida
	Sistematización y desarrollo de aplicaciones informáticas que permita integrar el Sistema información estadística del Turismo	UADY Lic. Turismo SEFOTUR	Se han sistematizado algunos reportes estadísticos periódicos y se incorporan datos como el sistema DATATUR , SIIMT, INVENTUR

2. **Matriz de proyecto -** Sistema de Información Turística

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Encuestas de satisfacción del visitante	Diseño, implementación de un programa de encuestas permanentes en aeropuerto, terminales de autobús y marítimas que permita obtener información sobre: • Lugares visitados • Gasto promedio • Actividades realizadas • Evaluación de oferta de servicios • Evaluación del Destino • Hábitos de consumo turístico y de publicidad	El costo de operación estimado anual es de $840,000 Considerando un gasto mensual de $70, 000	Generación de información estadística clave para el sector Detección de áreas de oportunidad Información estratégica para generación/reorientación de campañas publicitarias Generación y su medición de indicadores de competitividad	UADY-Lic. Turismo SEFTUR Mes 1: Diseño Mes 2: Implementación Mes 3 y 4: Levantamiento (1) Mes 5,6, 7 y 8: Levantamiento (2) Mes 9,10,11 y 12: Levantamiento (3)

Sistema de Información Turística	Diseño, desarrollo y ejecución de un sistema de información que permita incorporar, concentrar, sistematizar y procesar datos estadísticos del sector turístico que mediante aplicaciones informáticas facilite la integración y la consulta de información	Desarrollo conceptual y lógico $200,000 Desarrollo de aplicaciones informáticas $350,000 Integración de la información y mantenimiento $240,000 Total $790,000	Concentración de información del sector Detección de áreas de oportunidad Información estratégica para generación/reorientación de campañas publicitarias Insumos para inversionistas en la generación de proyectos	Mes 1,2 y 3: Diseño Mes 4, 5 y 6 : Implementación Mes 7, 8, 9, 10, 11 y 12: Mantenimiento

Observatorio de la actividad Turística	Formalizar la integración de un observatorio, que mediante la participación de especialistas y actores del sector genere reportes periódicos sobre la situación y áreas de oportunidad.	Infraestructura básica (equipo y plataforma digital) $650,000 Bases cartográficas base $150,000 Generación de reportes (4): $250,000 Creación sitio WEB para difusión del observatorio $150,000 Total $450,000 Operación mensual: $85,000	Concentración de información del sector Detección de áreas de oportunidad Información estratégica para generación/reorientación de campañas publicitarias Insumos para inversionistas en la generación de proyectos	Mes 1: Diseño Mes 2 y 3: Implementación Mes 4 y 5: Reporte 1 Mes 6,7 y 8: Reporte 2 Mes 9y 10: Reporte 3 Mes 11 y 12 Reporte 4

1. **Matriz de compromisos –** Recorrido Barrios

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Desarrollo de productos turísticos complementarios con nuevas experiencias y vivencias.	Desarrollo de productos creativos: RECORRIDO NOCTURNO DE BARRIOS, para fortalecer las actividades culturales y experiencias de los visitantes y locales.	UADY Lic. Turismo Gob. Municipal Empresarios Turísticos locales	Se cuentan con actividades programadas de manera permanente en algunos barrios y puntos turísticos incluidos en el recorrido
	Proporcionar al Visitante un atractivo adicional a los ya existentes con la finalidad de extender la estadía del mismo en la ciudad de Mérida, Mostrar la amplia gama de opciones turísticas que ofrece la ciudad y dar a conocer a quien nos visita la MERIDA DE NOCHE. Darle nueva vida a nuestros barrios históricos y la oportunidad de obtener un ingreso extra a los habitantes del mismo ya que se realizara una verbena popular en cada barrio efectuada única y exclusivamente por los colones de cada uno de ellos.	Municipio Agentes de viajes	Existe trabajo conjunto ya en otras acciones

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

2. **Matriz de proyecto -** Recorrido Barrios

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Recorrido Barrios a) Nocturno b) T-HO (lugar de los cinco, ya que se visitarían cinco barrios y la Ermita de Santa Isabel)	Se requiere de elaboración de textos base con referencias de archivos y textos especializados, traducción de documentos, capacitación de guías, pruebas piloto e implementación Se propone realizar un recorrido nocturno todos los días de Martes a Domingo a bordo de un camión abierto por los principales barrios de la ciudad de Mérida y la Ermita de Santa Isabel saliendo del mismo punto los 6 días que será la plaza principal y	Costo de diseño e implementación $150,000 El costo estimado anual para recorrido nocturno es de $840,000 El costo estimado anual para recorrido T´ho es de $955,800 Considerando los siguientes rubros: Renta de transporte mensual. $ 35,000.00 x 12 meses = $ 420.000.00 Guía especializado por recorrido $ 400.00 x 6 = $ 2,400.00 semanales x	Empleos directos: 10 (Operadores, guías, conductores de grupo, cajeros). Empleos indirectos: artistas, grupos musicales, artesanos, vendedores de alimentos regionales. Turistas atendidos en un mes: 720 (considerando 30 pasajeros diarios por seis días de operación a la semana por cuatro semanas)	UADY-Lic. Turismo Ayuntamiento de Mérida Prestadores de servicios turísticos Octubre-Diciembre: Diseño Enero: pruebas e Implementación Febrero 2014: Puesta en marcha

	terminando en diferente barrio cada noche con una verbena popular. En este recorrido acompañara a los visitantes un guía bilingüe calificado quien narrara la historia y esencia de cada Barrio logrando que el Turista reviva nuestra historia y se sienta parte de ella. • **Martes:** Barrio de Santiago • **Miércoles:** Barrio de San Juan • **Jueves**: Barrio de San Cristóbal • **Viernes**: Barrio de Mejorada • **Sábado:** Barrio de Santa Ana • **Domingo:** Ermita de Santa Isabel Adicional al recorrido que se realizará en el autobús abierto, los fines de	4 = $9,600.00 mensuales x 12 = $ 115,200.00. Acondicionamiento y mantenimiento del transporte $ 60,000.00 de inicio y $ 3,000.00 mensuales x 11 = $93,000.00 Salario mensual de Choferes de autobús (2) $ 6,000.00 c/u x 2 = $ 12,000.00 x 12 = $144,000.00 Adquisición de 20 Bicicletas $ 1,200.00 c/u x 20 = $ 24,000.00 Mantenimiento mensual de bicicletas $ 2,500.00 x 12 = $ 30,000.00 Guía especializado para el paseo en bicicletas por día $ 400.00 x 3 = $ 1,200.00 semanales x 4 = $ 4,800.00 mensuales		

	semana se podrá realizar el mismo recorrido a bordo de una bicicleta, de igual manera en este recorrido acompañara a los visitantes un guía bilingüe calificado quien narrara la historia y esencia de cada Barrio	x 12 = $ 57,600.00 Salario mensual de Personal de taquilla. $ 6,000.00 x 12 = $ 72,000.00		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

1. **Matriz de compromisos –** MuseoPass

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
MuseoPass	Convenios de colaboración entre los principales Museos del Centro Histórico y el Gran Museo del Mundo Maya	UADY Lic. Turismo Ayuntamiento de Mérida CULTUR Secretaría de Arte y Cultura SEFOTUR Gran Museo del Mundo Maya Museo de Arte Contemporáneo de Yucatán Museo de Arte Popular de Yucatán Museo de la Canción Yucateca Museo de la Ciudad Museo Palacio Cantón	Ninguno

2. **Matriz de proyecto –** MuseoPass

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
MuseoPass	Incentivar al visitante a que conozca varios museos de Mérida al mismo tiempo que obtiene un descuento para el Gran Museo del Mundo Maya. El Gran Museo del Mundo Maya es el más grande e importante museo dedicado a la cultura maya en la Península de Yucatán y el único que tiene un costo de entrada en Mérida : extranjeros $150 ; nacionales $100 ; residentes de Yucatán $50 ; niños residentes de Yucatán $25. Está localizado a 10.5 km del	Elaboración del Diseño e implementación del proyecto $250,000 Tecnología para la elaboración de tarjetas con banda magnética $180,000	Aumento del flujo de visitantes a los museos de Mérida Mejora del posicionamiento de Mérida como destino cultural	UADY Lic. Turismo Ayuntamiento de Mérida CULTUR Secretaría de Arte y Cultura SEFOTUR Gran Museo del Mundo Maya Museo de Arte Contemporáneo de Yucatán Museo de Arte Popular de Yucatán Museo de la Canción Yucateca Museo de la Ciudad Museo Palacio Cantón

	centro de Mérida Se trata de que el visitante acuda al menos, a dos museos del centro histórico para poder obtener un descuento en el Gran Museo del Mundo Maya. Con esto se pretende incentivar el flujo al menos, a tres museos de Mérida. Una tarjeta plástica con una banda magnética deberá pasarse a al menos dos museos del centro histórico antes de que el visitante pueda ir al Gran Museo del Mundo Maya.			Elaboración del proyecto: 6 meses Implementación del proyecto: 6 meses Programa continuo

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

1. **Matriz de compromisos –** Incentivo para implementación sistemas ahorro en sector hotelero

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Programa de incentivos para la implementación de sistemas de ahorro energético en el sector hotelero	Diagnóstico de consumos energéticos actuales del sector hotelero y valoración del consumo	UADY Lic. Turismo y FIAUADY Gobierno del Estado Ayuntamiento de Mérida SEFOTUR Empresarios Turísticos locales	Ninguno
	Diseño del Plan de Implementación de ecotecnologías	UADY Lic. Turismo y FIAUADY Sociedad Yucateca de Ingeniería Sanitaria Ambiental CONAGUA CFE	Ninguno
	Pruebas piloto en hoteles designados	UADY Lic. Turismo y FIAUADY Sociedad Yucateca de Ingeniería Sanitaria Ambiental CONAGUA	Ninguno

		CFE	
	Evaluación de los resultados de la implementación del plan	UADY Lic. Turismo y FIAUADY Sociedad Yucateca de Ingeniería Sanitaria Ambiental CONAGUA CFE	Ninguno
	Difusión y réplica de mejores prácticas	UADY Lic. Turismo y FIAUADY Gobierno del Estado Ayuntamiento de Mérida SEFOTUR Empresarios Turísticos locales	Ninguno

2. **Matriz de proyecto –** Incentivo para implementación sistemas ahorro en sector hotelero

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Programa de incentivos para la implementación de sistemas de ahorro energético en el sector hotelero	Incentivar al sector hotelero a utilizar tecnologías limpias en los sistemas de agua, electricidad, captación, manejo y tratamiento de residuos sólidos, saneamiento de aguas residuales	Elaboración del Diseño e implementación del proyecto $350,000	Ahorro en gasto de agua y reutilización de la misma Generación propia de electricidad almacenamiento para vender a CFE el excedente Elaboración de compostas y reciclaje de materiales que repercuten en ahorro en el gasto de operación Disminución en la contaminación al manto freático de Mérida	UADY Lic. Turismo y FIAUADY Gobierno del Estado Ayuntamiento de Mérida SEFOTUR Empresarios Turísticos locales Sociedad Yucateca de Ingeniería Sanitaria Ambiental CONAGUA CFE Elaboración del proyecto: 6 meses Implementación del proyecto: 6 meses Programa continuo

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

1. **Matriz de compromisos –** Museo Gastronómico de Yucatán

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Museo Gastronómico de Yucatán	Difundir el patrimonio gastronómico a través de un recorrido histórico interactivo que revalorice los ingredientes, platillos, formas de elaboración y tradiciones gastronómicas de Yucatán Posicionar y promocionar la cocina yucateca como parte de la riqueza cultural del destino.	UADY- Lic. Turismo SEFOTUR SECTUR Ayuntamiento de Mérida Empresarios del giro gastronómico de Yucatán Chefs especializados en comida yucateca	No existe un museo gastronómico en toda la región maya
	Rescatar el valor de las tradiciones gastronómicas de Yucatán.		En la ciudad de Mérida existen diversos tours gastronómicos y culinarios que son operados por el sector privado pero no están dirigidos al ámbito nacional y por tanto no son accesibles a todo el público

2. Matriz de proyecto – Museo Gastronómico de Yucatán

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Museo Gastronómico de Yucatán	Mostrar un recorrido histórico-interactivo por los diversos tipos de ingredientes y los platos elaborados en la región. El museo contará con un taller-cocina para conocer e involucrarse con la preparación de los alimentos con elementos tradiciones y de fusión maya-española. Se contará con una pequeña huerta tradicional para conocer las variedades de condimentos, especias y herbolaria endémica utilizada en la cocina yucateca.	El costo estimado es de 150 millones de pesos desglosado de la siguiente forma (en millones de pesos corrientes). Elaboración del proyecto y consultorías con especialistas: 5 Terreno: 30 Construcción: 70 Audiovisual: 5 Cocina: 5 Habilitación y Museografía: 10 Restaurant: 10	Posicionar el patrimonio gastronómico de Yucatán como parte de la riqueza del destino que atraiga al turista nacional e internacional Rescatar las tradiciones gastronómicas. Generar un espacio donde el turista conozca nuestra identidad a través de la cocina yucateca.	UADY- Lic. Turismo SEFOTUR SECTUR Ayuntamiento de Mérida Empresarios del giro gastronómico de Yucatán Chefs especializados en comida yucateca Calendario: 24 meses Elaboración del proyecto: 6 meses Construcción y habilitación: 12 meses Museografía y puesta en

	El museo contará con una sala audiovisual para poder ver documentales y testimonios relacionados con el tema. También se contará con un restaurant que ofrecerá los platillos de la región. Finalmente existirá una tienda de souvenirs que venderá al público diversos recuerdos y los diversos ingredientes de la cocina yucateca mediante precios y normas de comercio justo.	Misceláneos Instalaciones: 15		marcha: 6 meses

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

1. **Matriz de compromisos –** Concientización Turístico Ambiental

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Programa de Concientización Turístico Ambiental	Desarrollar actividades tendientes a concientizar, a los visitantes y turistas de la importancia del cuidado y buen manejo de los recursos naturales y el medio ambiente del municipio. Estructurar un programa de difusión y promoción de los valores ambientales del municipio capaz de penetrar en la población turística que visita el municipio. Establecer canales de comunicación efectivos y permanentes para los turistas y visitantes que difundan y concienticen sobre el patrimonio natural y el cuidado medio ambiental del municipio	UADY- Lic. Turismo SECTUR Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales. Instituciones académicas. Operadores turísticos locales.	Existe información generada al respecto pero muy dispersa

2. **Matriz de proyecto –** Concientización Turístico Ambiental

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Programa de Concientización Turístico Ambiental	Diseño, Planificación y Presupuesto de actividades del programa. Desarrollo de estrategias de concientización turístico ambiental, en medios masivos de comunicación, sitios de acceso informativo para turistas, hoteles, restaurantes turísticos, museos, galerías, agencias de viajes, transportistas turísticos, operadoras, etc. Creación de eventos promocionales en temporadas altas de turismo, en sitios específicos de visitación turística. Acompañamiento técnico.	El costo estimado es de $500,000 anuales	Mejorar la conciencia ambiental entre los turistas que visitan Mérida. Informar de la importancia del medio ambiente en una ciudad como Mérida. Revalorar el patrimonio natural del Municipio	UADY- Lic. Turismo SECTUR Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales. Instituciones académicas. Operadores turísticos locales. Diseño: 1 mes Desarrollo de estrategias: 2 meses Creación de eventos: 10 meses Acompañamiento técnico: Permanente 12 meses

1. **Matriz de compromisos –** Espectáculo multimedia en el Centro Histórico

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Espectáculo multimedia en el Centro Histórico de Mérida	Se hace una revisión histórica de los edificios y su momento histórico Se diseña el contenido gráfico y sonoro de las proyecciones Se hacen los videos correspondientes Se hacen las adecuaciones de infraestructura necesaria para la proyección Se diseñar rutas para el recorrido y se definen espacios de estancia de espectadores	UADY- Lic. Turismo SECTUR Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales. Operadores turísticos locales SEP INAH Gobierno del Estado Cámara de Comercio Arquidiócesis de Yucatán	Ninguno

2. Matriz de proyecto – Espectáculo multimedia en el Centro Histórico

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Espectáculo multimedia en el Centro Histórico de Mérida	Desarrollo de un producto creativo de luz y sonido para el primer cuadro de la ciudad fundacional de Mérida retomando la Casa de Montejo, El palacio de Gobierno, el Palacio Municipal y la Catedral La proyección será sobre las paredes de los edificios y las personas podrán ocupar la plaza grande como punto de visualización	El costo estimado de diseño, adecuación de instalaciones y compra de equipo es de $2’500,000 El costo estimado de operación es de $50,000 mensuales	Incremento en la pernocta turística por el interés de apreciar el espectáculo de alto nivel. Repercusión indirecta en servicios como restaurantes, transporte, venta artesanías, etc. Revalorar el patrimonio cultural edificado del Municipio	UADY- Lic. Turismo SECTUR Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales. Operadores turísticos locales SEP INAH Gobierno del Estado Cámara de Comercio Arquidiócesis de Yucatán Revisión Histórica, guión y rutas: 6 meses Elaboración videos: 6 meses Adecuación infraestructura: 6 meses Proyección permanente: 12 meses.

1. **Matriz de compromisos –** TIC'S

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Módulos de información turística interactivos Desarrollo de aplicaciones para los dispositivos móviles	Mediante el uso de computadoras con pantallas y tecnología *touchscreen* permitir al visitante localizar sitios de interés de la ciudad, actividades culturales, restaurantes, opciones de Hospedaje y compras así como sus horarios y alternativas de circuitos turísticos al interior de Mérida.	UADY- Lic. Turismo SECTUR Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales. Asociación de hoteleros	Existen cuatro módulos de información en el destino Mérida pero se consideran insuficientes y carecen de la tecnología de punta. Lo cual, comparado con otros destinos culturales del país le resta competitividad. Este proyecto iniciaría con 12 módulos ubicados en puntos estratégicos de la ciudad y el objetivo sería tener al menos 20 módulos operando en todo el destino Mérida.
	Una segunda tarea es que generar software y aplicaciones para descargar la información más relevante a los teléfonos celulares y poder georreferenciar los atractivos turísticos, lo que le permitirá a los turistas llevar consigo los datos y organizar de mejor manera su itinerario. .	Comercio organizado que genere descuentos o incentivos para los visitantes que obtengan su información en el módulo interactivo	Es crucial generar convenios con el sector privado para crear sinergias de información y permitir mayor operatividad y opciones en los módulos

2. Matriz de proyecto – TIC'S

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Módulos de información turística interactivos Desarrollo de aplicaciones para los dispositivos móviles	Poner en marcha 12 módulos de información turística interactivos dotados de una computadora con pantallas y tecnología *touchscreen* Se ubicarían en puntos de interés y estratégicos en el destino Mérida como el centro histórico, Paseo de Montejo, Aeropuerto, centrales de autobuses, hoteles y edificios públicos donde tuvieran la infraestructura que les permita estar bajo techo y a resguardo del clima y posibles actos vandálicos	Costo global del desarrollo de software informativo 100,000 Costo unitario del equipamiento de cómputo 30,000 Mantenimiento y control anual 40,000	Mayor accesibilidad de la información Mejorar el flujo y la calidad de la información turística Incentivar al turista para visitar restaurantes y eventos lo cual incrementaría su gasto en el destino Crear una red sólida de servicios y empresas turísticas que ofrecieran descuentos y volvieran más competitivo el destino	UADY- Lic. Turismo SECTUR Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales. Asociación de hoteleros Tiempo estimado para tener operando los doce módulos: 1 año Identificar los doce puntos estratégicos(Encargar el desarrollo de software a una empresa del giro): 1 mes Tener dos módulos piloto, ubicarlos en lugares estratégicos, monitorear y registrar ajustes: 3 meses

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

				Incorporar ajustes al software y generar los doces módulos, probar a lo largo de un mes de modo que antes de cerrar el año se encontraran operando los doce módulos aquí previstos: 3 meses

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

1. **Matriz de compromisos –** Transporte verde

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Transporte verde	Promover la transportación menos contaminante con la compra de vehículos motorizados con energías mixtas o blancas Diseño de rutas para incrementar la afluencia de turistas en localidades rurales , sitios de patrimonio natural y edificado, así como a las reservas ecológicas del municipio; sitios ubicados en las zonas suburbanas y rurales Garantizar la viabilidad de los proyectos rurales planteados Promover el empleo en algunas comisarías	UADY- Lic. Turismo SECTUR Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales Grupos organizados de la sociedad civil Comisarios	No existe este concepto hasta la fecha

2. **Matriz de proyecto –** Transporte verde

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Transporte verde	Se trata del establecimiento de un transporte verde publico ofreciendo al turista una alternativa en termino de transporte (energía verde) Las rutas que abarcará son lugares aislados y periféricos con potencial turístico	El costo estimado es de $1’350,000 desglosado como sigue Inversión en un transporte publico biodiesel $500 000 Capacitaciones (guía, chofer) $100 000 Construcción de infraestructura (paradores de autobús) $350 000 Promoción $100,000 Acompañamiento técnico $200,000	Promover el transporte limpio Fortalecer las alternativas productivas en la comunidad Permitir el acceso a lugares periféricos	UADY- Lic. Turismo SECTUR Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales Grupos organizados de la sociedad civil Comisarios Diseño rutas: 2 meses Construcción paraderos: 5 meses Proyección permanente: 12 meses

1. **Matriz de compromisos –** Certificación de la industria privada para la elevación de la competitividad de Mérida como destino turístico

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Certificación de la industria privada para la elevación de la competitividad de Mérida como destino turístico	Desarrollo de programas de incentivos para la iniciativa privada: PROGRAMA DE INCENTIVOS PARA LA IP EN LAS CERTIFICACIONES EN “M” “H” “PUNTO LIMPIO” Y “S” Y CERTIFICACIONES DE PERSONAL, con la finalidad de elevar la competitividad en las empresas coadyuvando a elevar, al mismo tiempo, la competitividad del destino turístico donde se encuentran ubicadas	UADY- Lic. Turismo Gobierno del Estado Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales	Se cuentan con programas de incentivos para la certificación por vez primera de las Mipymes.
	Proporcionar al empresario del sector Turístico estímulos para impulsar las certificaciones de sus establecimientos así como las certificaciones por competencias del personal que labora en las empresas que proporcionan servicios turísticos a los visitantes nacionales y extranjeros, logrando así tener un destino más competitivo a partir de empresas y personal certificado	UADY- Lic. Turismo Gobierno del Estado Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales Restauranteros Transportistas	Distintivos y certificaciones que otorga la secretaria de Turismo federal: **Distintivo H** (Manejo Higiénico de los Alimentos) **Distintivo M** (Sistema de Gestión de Calidad) **Distintivo M Especializado** (aún están

			en proceso de capacitación los instructores) **Distintivo M Ecoturístico** (aún están en proceso de capacitación los instructores) **Punto Limpio** (Buenas prácticas de Higiene) **Distintivo S** (Garantía de Sustentabilidad) (aún están en proceso de capacitación los instructores) **Distintivo Q** (Garantía de Calidad en la Excelencia) (aún están en proceso de capacitación los instructores) Competencia del Conocer que certifica las habilidades y destrezas del trabajador **EC0081**.- Manejo Higiénico de los Alimentos Dirigido a: chefs

			EC0045.- Prestación del servicio de recepción y atención al huésped para su alojamiento temporal Dirigido a: recepcionistas **EC0043.-** Preparación de habitaciones para alojamiento temporal Dirigido a: Camaristas EC0038.- Atención a Comensales Dirigido a: meseros

2. **Matriz de proyecto –** Certificación de la industria privada para la elevación de la competitividad de Mérida como destino turístico

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Certificación de la industria privada para la elevación de la competitividad de Mérida como destino turístico Programa de incentivos para la IP que estimule las certificaciones en las mismas __________ Programa de incentivos para certificaciones de la IP	Se propone crear un programa especialmente diseñado de incentivos para las empresas de servicios turísticos, mismo que repercutirá de manera positiva en sus cargas fiscales y laborales así como en la promoción directa de su empresa Deducciones a las cargas fiscales y laborales a las empresas que apoyen a sus empleados a certificarse mediante estándares en Competencia del programa *Conocer*, el cual certifica las habilidades y destrezas	El costo estimado de trabajos preliminares es de $500 000 El Costo de las certificaciones son los siguientes: **Distintivo "H"** • $ 20,000.00 pequeñas • $ 40,000.00 medianas • $ 60,000.00 grandes **Distintivo "M"** • $ 20,000.00 pequeñas, medianas y	Duplicar año con año el número de empresas con certificaciones hasta llegar a contar en el destino con por lo menos el 65% se sus empresas con alguna certificación y el 15% del personal que en ella labora con certificaciones en competencias laborales. Teniendo en cuenta que en los últimos dos años únicamente 23 empresas obtuvieron su distintivo "M" se esperaría que para el año de 2016 contaríamos con un total de 184 empresas con	UADY- Lic. Turismo Gobierno del Estado Ayuntamiento de Mérida Empresarios turísticos locales Restauranteros Transportistas Diagnóstico: 3 meses implementación: meses Proyección anual: 12 meses

	del trabajador, (sobre 2.5% de impuestos que se paga sobre nómina del monto invertido en dicha certificación). Que se considere el costo de la capacitación como una inversión en el negocio para obtener beneficios fiscales para la misma. Crear un link directo, notorio en un banner promocional, desde la página web de la secretaria de fomento turístico y de la página web de turismo municipal. a las empresas que cuentan con alguna certificación, Destacando de esta manera al dichas empresas dentro de las del mismo rubro.	grandes. **Certificado "Punto Limpio"** • $ 15,000.00 pequeñas • $ 18,000.00 mediana • $ 21,000.00 grandes **RENOVACIONES** **Distintivos "H" y " M"** • $ 2,400.00 **Certificado "Punto Limpio"** $ 40,000.00	esta certificación, En relación al distintivo "H" en los dos últimos años lo obtuvieron 78 restaurantes. Lo que significaría que para el año 2016 contarían con dicha certificación 312 Restaurantes. De los 333 existentes.	

ÍNDICE DE ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA PARA EL MUNICIPIO DE MÉRIDA (ICT)

El Índice de Competitividad Turística para el municipio de Mérida, resume la capacidad que tiene el municipio de congregar habilidades y potencialidades para competir en la actividad turística.

El índice es un promedio ponderado del desempeño que tiene cada uno de los factores que lo integran. Los factores escogidos son nueve, a cada uno de ellos se le asignó un peso que pondera la importancia que tiene en la integración del índice de competitividad. La fórmula para el cálculo se presenta a continuación:

ICT = $\sum_{1}^{i,j} \beta_j F_i = (\beta_1 F_1 + \beta_2 F_2 + \beta_3 F_3 + \beta_4 F_4 + \beta_5 F_5 + \beta_6 F_6 + \beta_7 F_7 + \beta_8 F_8 + \beta_9 F_9)$

Donde

ICT = Índice de Competitividad Turística para el municipio de Mérida

$\beta_j =$ Peso de cada factor

$F_i =$ Desempeño del factor i

La tabla siguiente presenta el peso respectivo (β_j) que se le asignó a cada uno de los factores

Factor	Peso (β_j)
Formación y Certificación (β_1)	.05
Seguridad Patrimonial y física (β_2)	.12
Promoción y Comercialización(β_3)	.15
TICS e Información Turística(β_4)	.05
Democratización de la productividad turística(β_5)	.10
Gestión del destino(β_6)	.08
Oferta Turística(β_7)	.20
Sustentabilidad Turística(β_8)	.10
Accesibilidad e Infraestructura(β_9)	.15

Para la construcción de desempeño del factor i (F_i) en primer lugar fue necesario la definición al interior de cada factor el peso que tiene cada indicador (φ_i) que al multiplicarlo por el nivel de desempeño nos arroja el promedio ponderado del desempeño del factor, su fórmula se presenta a continuación.

$$F_i = \sum_{1}^{n} \varphi_i \, I_n$$

Donde:

φ_i = Ponderación al interior del factor i

I_n = Desempeño estandarizado del indicador n

Para el cálculo del desempeño estandarizado fue necesario definir para cada indicador tres valores.

1. En primer lugar el valor de desempeño estimado del indicador, que no es más que el valor numérico mas reciente que se tiene.
2. El valor mínimo, es el valor numérico más pequeño que puede alcanzar el indicador.
3. Valor máximo del indicador, es el valor numérico que puede tomar el indicador para afirmar que el nivel de desempeño es sobresaliente, de tal manera que si se rebasa ese valor significa que está ampliamente cubierta la necesidad que sugiere el indicador.

Al aplicar la formula descrita para cada indicador, nos aseguramos que el rango de desempeño oscila entre 0 a 1 y todos los valores de los indicadores están sobre esa base, que además de su fácil lectura sobre una base de 100% nos permite utilizar una misma escala en la construcción del índice de cada indicador y por tanto del índice global. La fórmula para el cálculo del desempeño estandarizado es el siguiente.

$$I_n = \frac{V_{est} - V_{min}}{V_{max} - V_{min}}$$

Donde

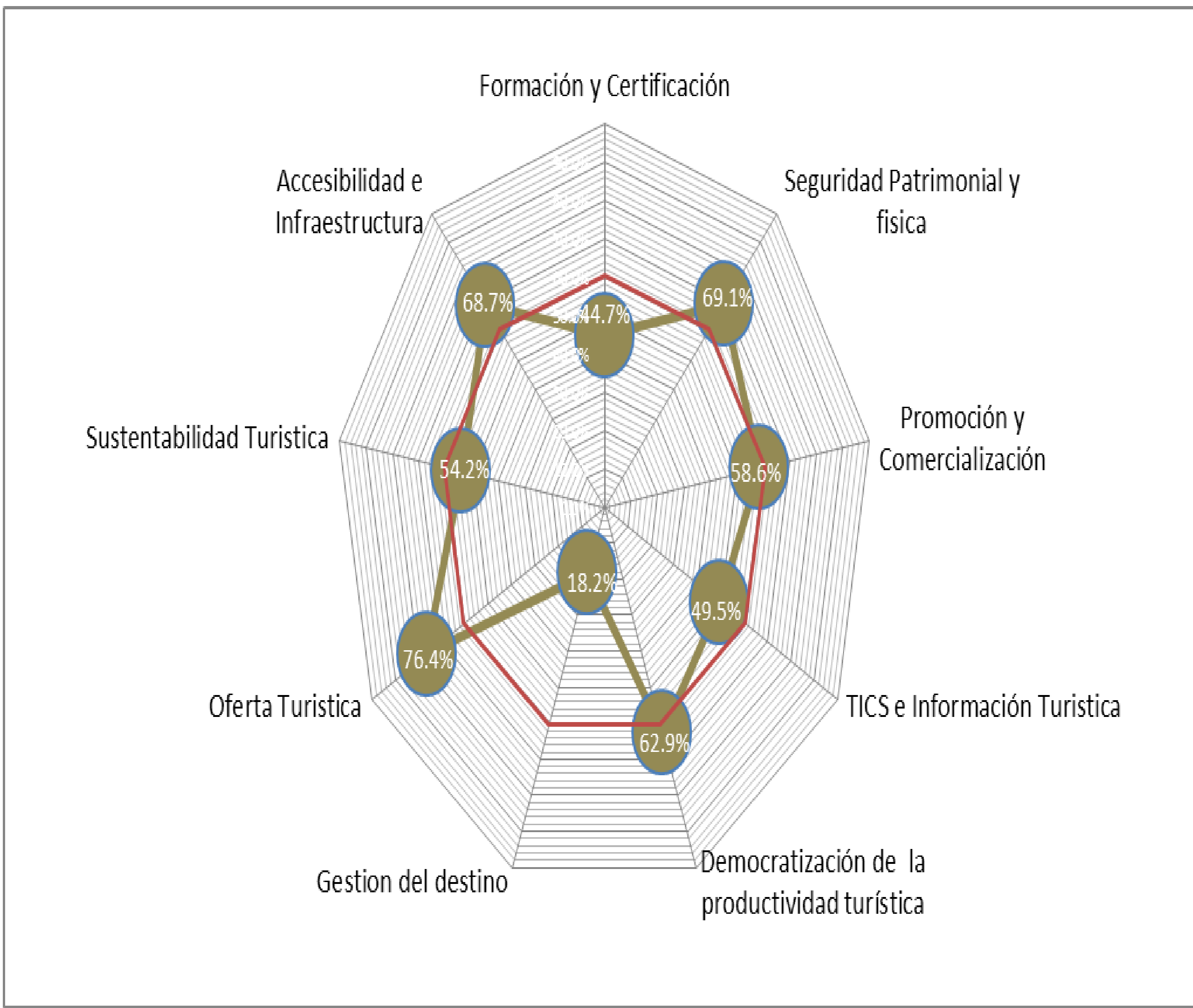
$V_{est} =$ Valor de desempeño estimado del indicador

$V_{min} =$ Valor mínimo del indicador

$V_{max} =$ Valor máximo del indicador (sobresaliente)

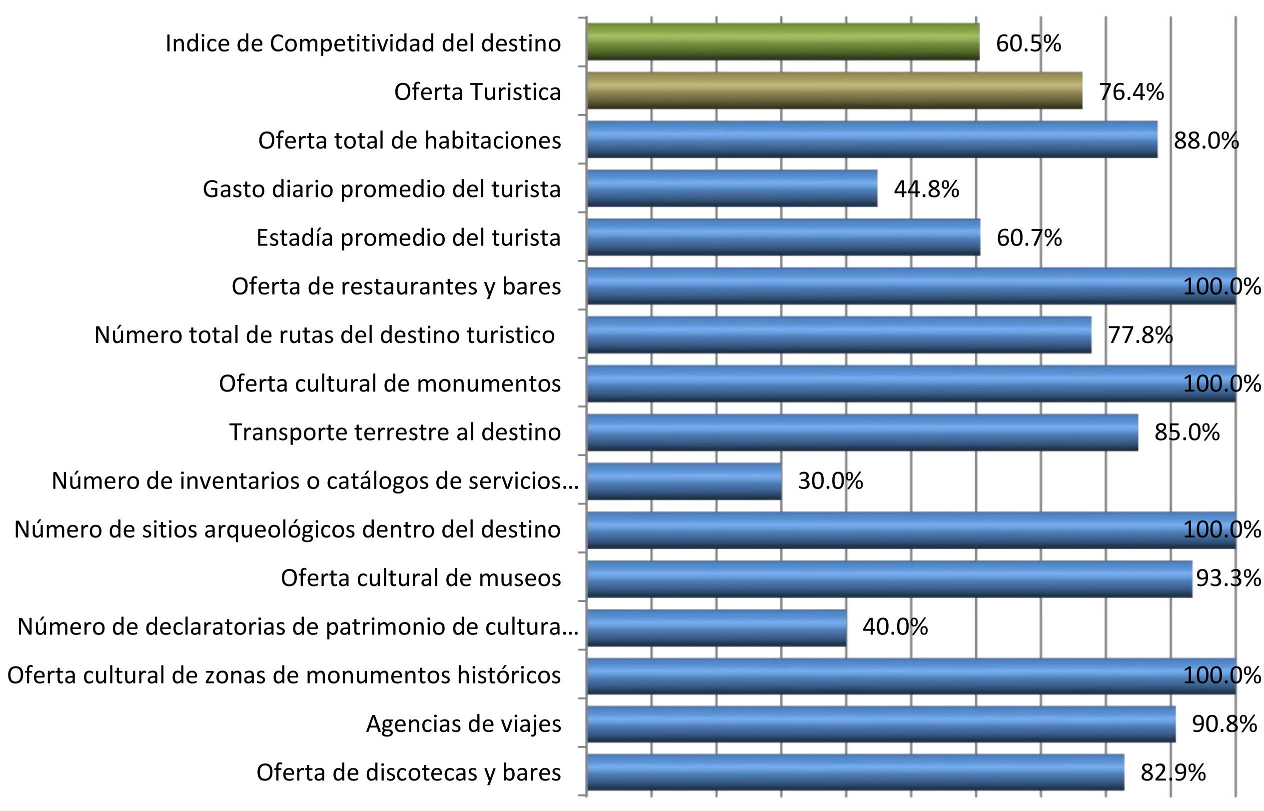
INDICE DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURISTICO MÉRIDA		60.50%
FACTORES DE COMPETITIVIDAD	Oferta Turística	76.40%
	Seguridad Patrimonial y Física	69.10%
	Accesibilidad e Infraestructura	68.70%
	Democratización de la Productividad Turística	62.90%
	Promoción y Comercialización	58.60%
	Sustentabilidad turística	54.20%
	TICs e información al Turista	49.50%
	Formación y Certificación	44.70%
	Gestión del Destino	18.20%

GRAFICACIÓN DE LOS FACTORES



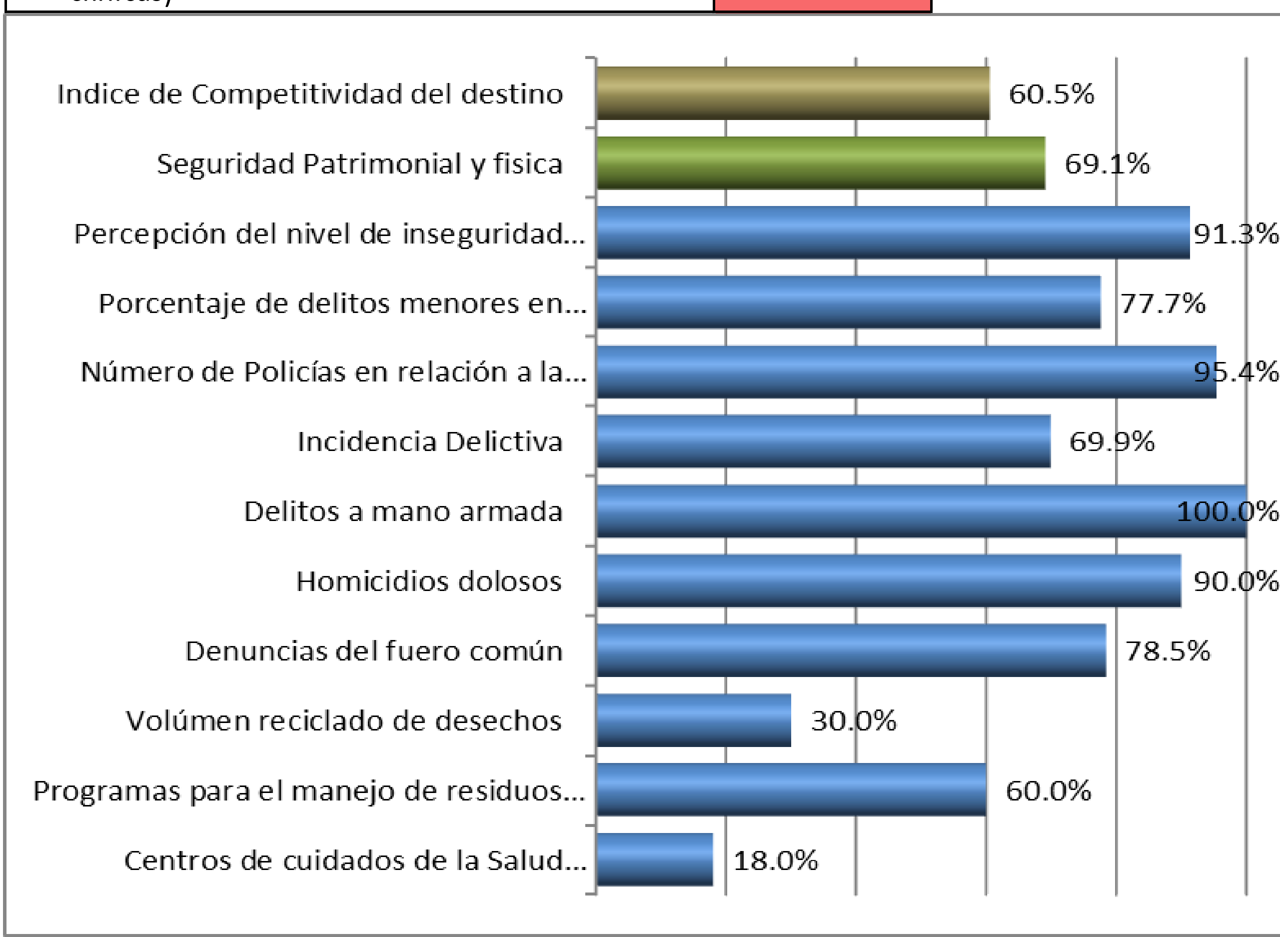
INDICE POR FACTOR

Indice de Competitividad del destino	60.5%
Oferta turística	76.4%
Oferta total de habitaciones	88.0%
Gasto diario promedio del turista	44.8%
Estadía promedio del turista	60.7%
Oferta de restaurantes y bares	100.0%
Número total de rutas del destino turistico	77.8%
Oferta cultural de monumentos	100.0%
Transporte terrestre al destino	85.0%
Número de inventarios o catálogos de servicios turísticos	30.0%
Número de sitios arqueológicos dentro del destino	100.0%
Oferta cultural de museos	93.3%
Número de declaratorias de patrimonio de cultura inmaterial de la UNESCO	40.0%
Oferta cultural de zonas de monumentos históricos	100.0%
Agencias de viajes	90.8%
Oferta de discotecas y bares	82.9%



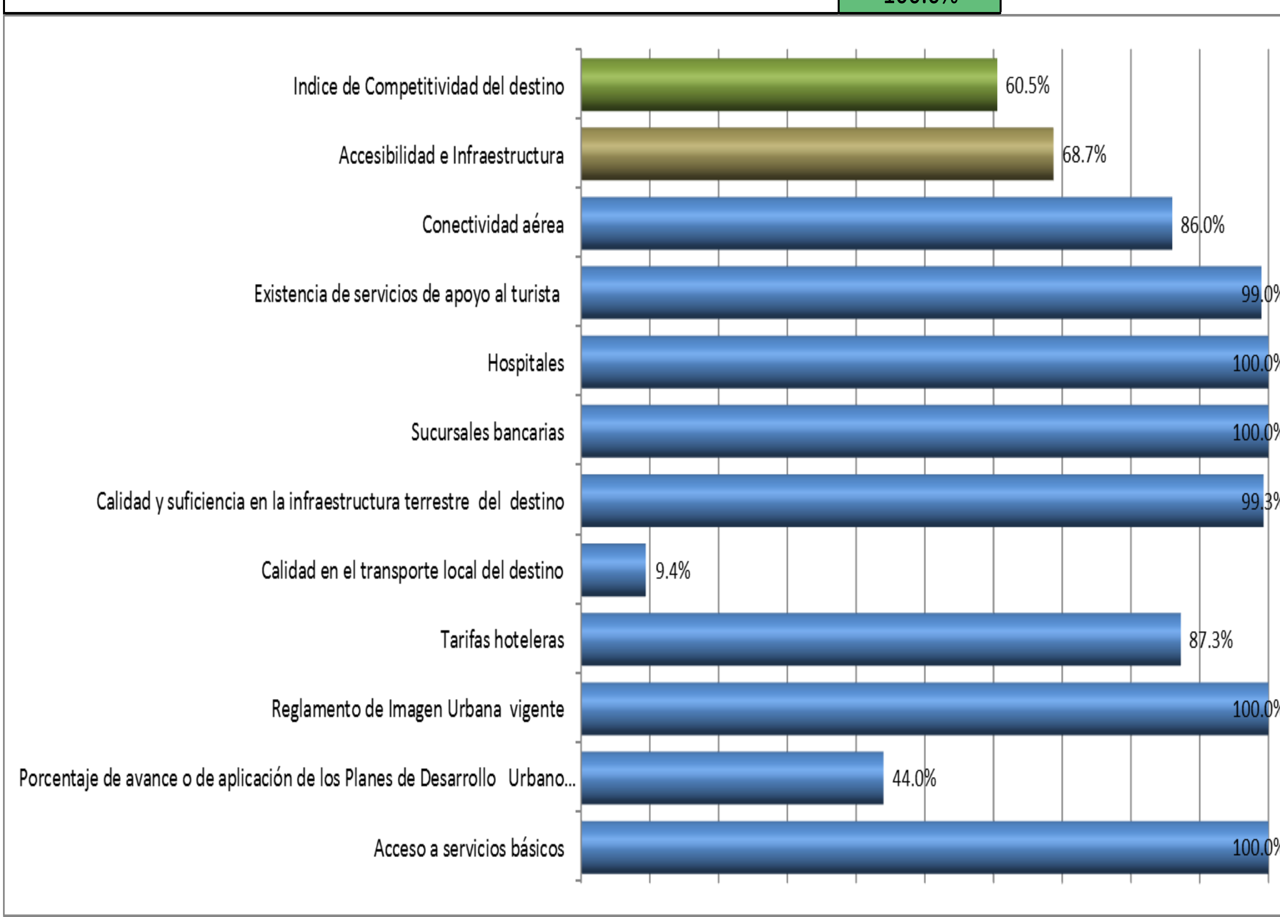
Indice de Competitividad del destino	60.5%
Seguridad patrimonial y física	69.1%
Percepción del nivel de inseguridad Municipal	91.3%
Porcentaje de delitos menores en relación a la población	77.7%
Número de Policías en relación a la población	95.4%
Incidencia Delictiva	69.9%
Delitos a mano armada	100.0%
Homicidios dolosos	90.0%
Denuncias del fuero común	78.5%
Volúmen reciclado de desechos	30.0%
Programas para el manejo de residuos peligrosos	60.0%
Centros de cuidados de la Salud (hospitales, clínicas)	18.0%

INDICE POR FACTOR



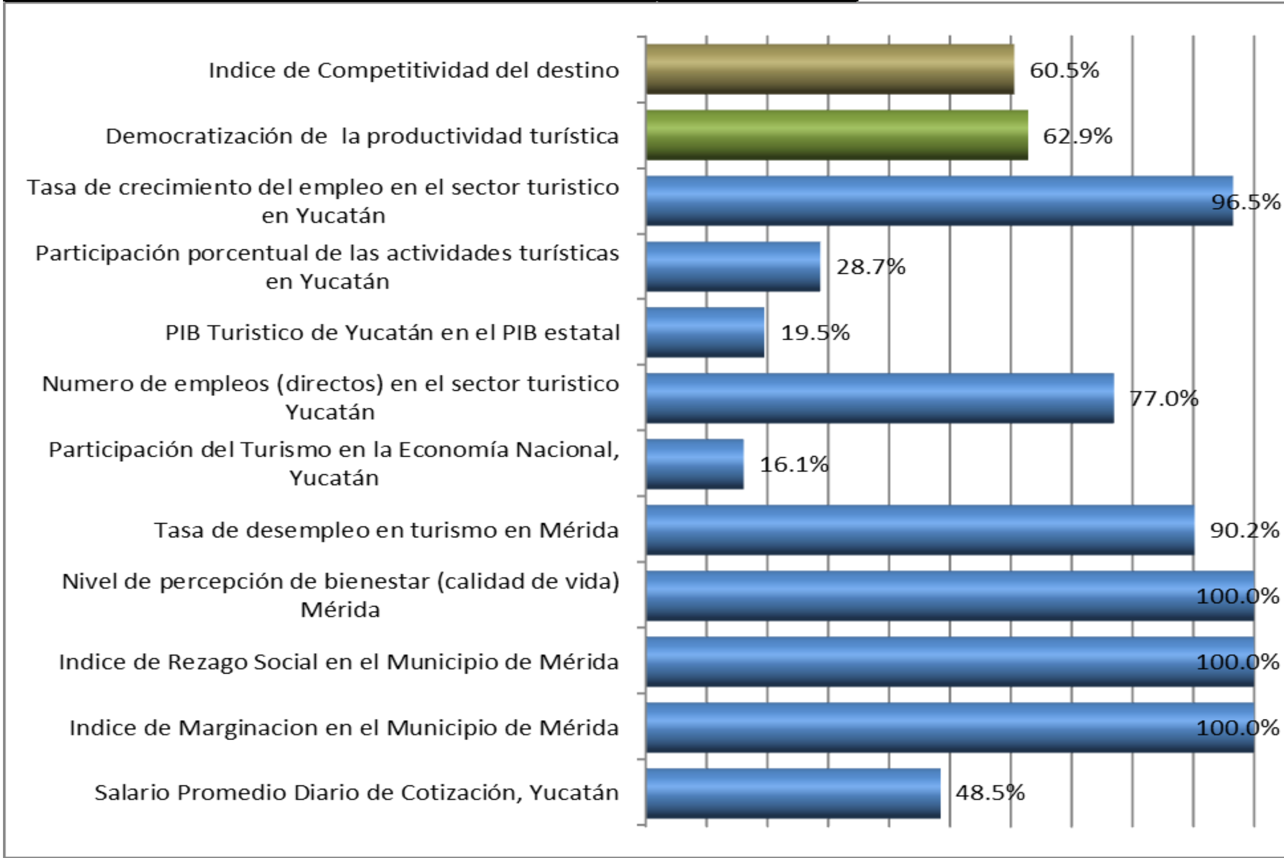
INDICE POR FACTOR

Indice de Competitividad del destino	60.5%
Accesibilidad e infraestructura	68.7%
	86.0%
Existencia de servicios de apoyo al turista	99.0%
Hospitales	100.0%
Sucursales bancarias	100.0%
Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre del destino	99.3%
Calidad en el transporte local del destino	9.4%
Tarifas hoteleras	87.3%
Reglamento de Imagen Urbana vigente	100.0%
Porcentaje de avance o de aplicación de los Planes de Desarrollo Urbano decretados	44.0%
Acceso a servicios básicos	100.0%



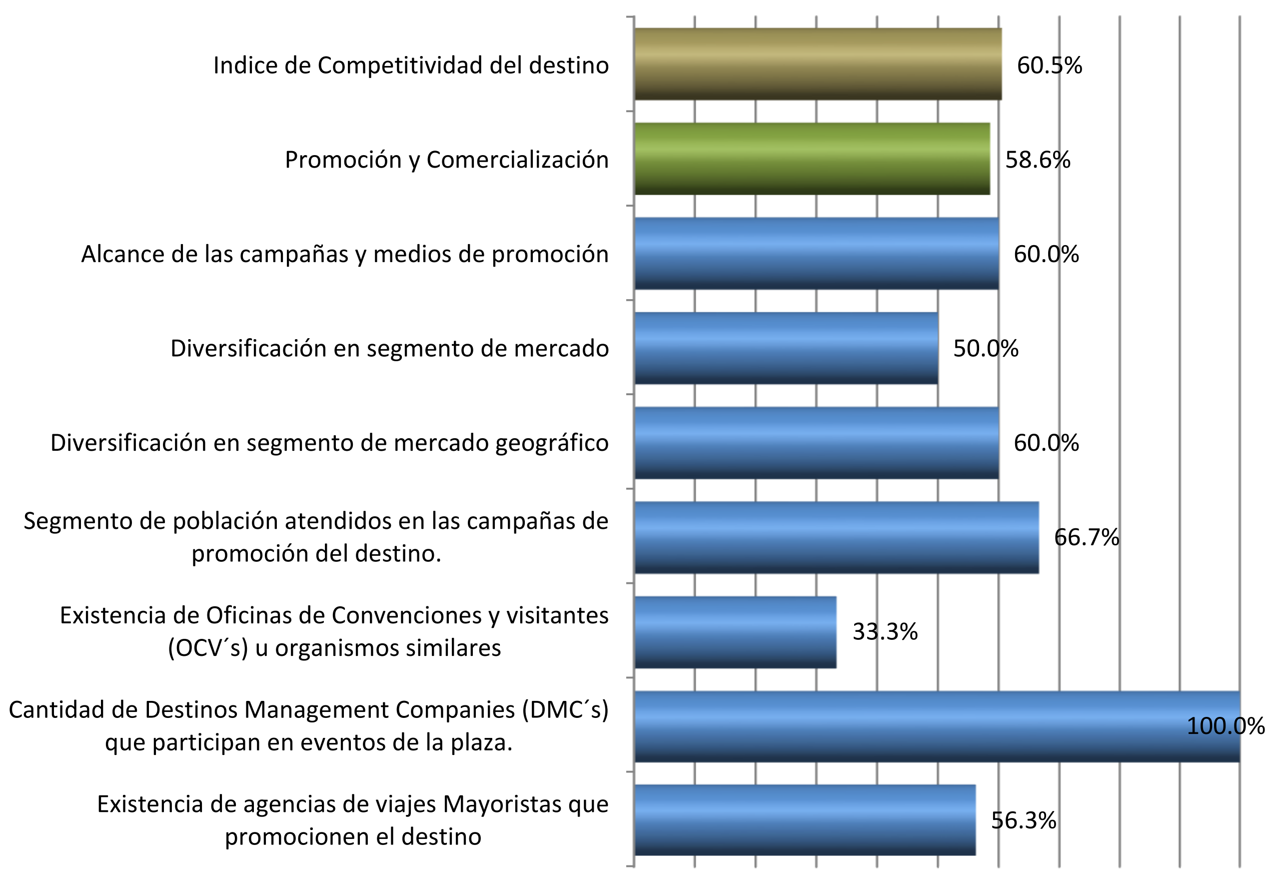
Indice de Competitividad del destino	60.5%
Democratización de la productividad turística	62.9%
Tasa de crecimiento del empleo en el sector turistico en Yucatán	96.5%
Participación porcentual de las actividades turísticas en Yucatán	28.7%
PIB Turistico de Yucatán en el PIB estatal	19.5%
Numero de empleos (directos) en el sector turistico Yucatán	77.0%
Participación del Turismo en la Economía Nacional, Yucatán	16.1%
Tasa de desempleo en turismo en Mérida	90.2%
Nivel de percepción de bienestar (calidad de vida) Mérida	100.0%
Indice de Rezago Social en el Municipio de Mérida	100.0%
Indice de Marginacion en el Municipio de Mérida	100.0%
Salario Promedio Diario de Cotización, Yucatán	48.5%

INDICE POR FACTOR



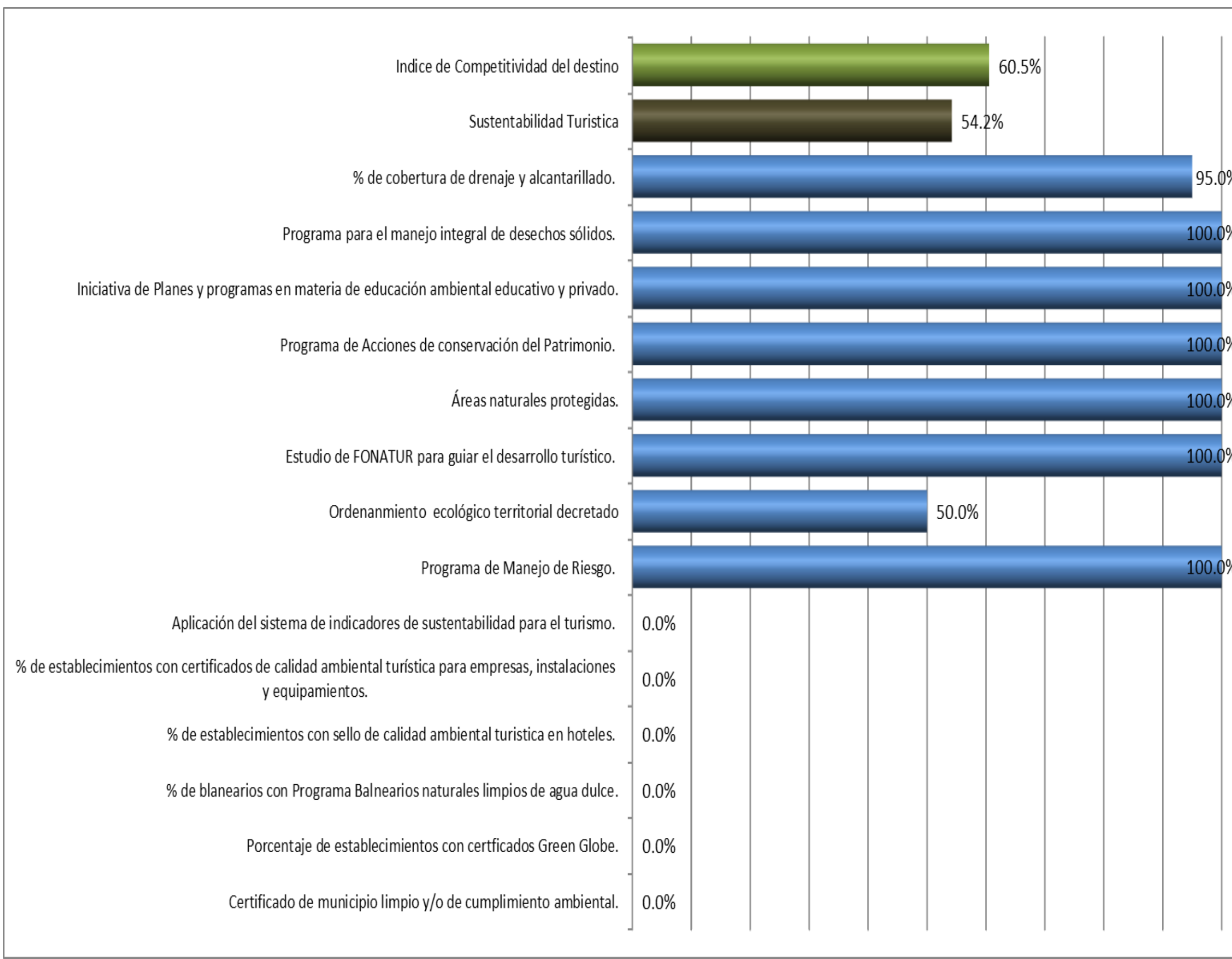
Indice de Competitividad del destino	60.5%
Promoción y comercialización	58.6%
Alcance de las campañas y medios de promoción	60.0%
Diversificación en segmento de mercado	50.0%
Diversificación en segmento de mercado geográfico	60.0%
Segmento de población atendidos en las campañas de promoción del destino.	66.7%
Existencia de Oficinas de Convenciones y visitantes (OCV´s) u organismos similares	33.3%
Cantidad de Destinos Management Companies (DMC´s) que participan en eventos de la plaza.	100.0%
Existencia de agencias de viajes Mayoristas que promocionen el destino	56.3%

INDICE POR FACTOR



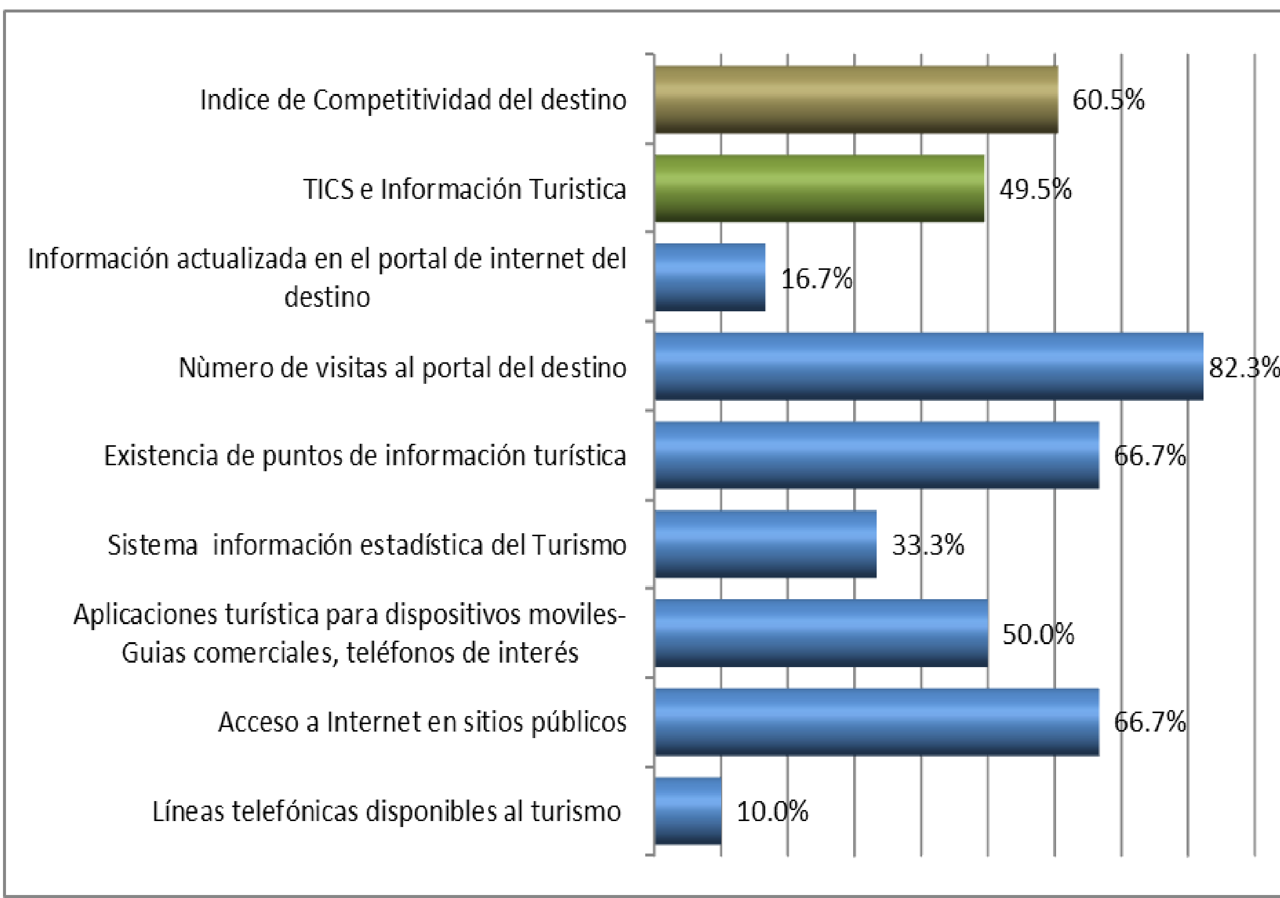
INDICE POR FACTOR

Indice de Competitividad del destino	60.5%
Sustentabilidad turística	54.2%
% de cobertura de drenaje y alcantarillado.	95.0%
Programa para el manejo integral de desechos sólidos.	100.0%
Iniciativa de Planes y programas en materia de educación ambiental educativo y privado.	100.0%
Programa de Acciones de conservación del Patrimonio.	100.0%
Áreas naturales protegidas.	100.0%
Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico.	100.0%
Ordenanmiento ecológico territorial decretado	50.0%
Programa de Manejo de Riesgo.	100.0%
Aplicación del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo.	0.0%
% de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos.	0.0%
% de establecimientos con sello de calidad ambiental turistica en hoteles.	0.0%
% de blanearios con Programa Balnearios naturales limpios de agua dulce.	0.0%
Porcentaje de establecimientos con certficados Green Globe.	0.0%
Certificado de municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental.	0.0%



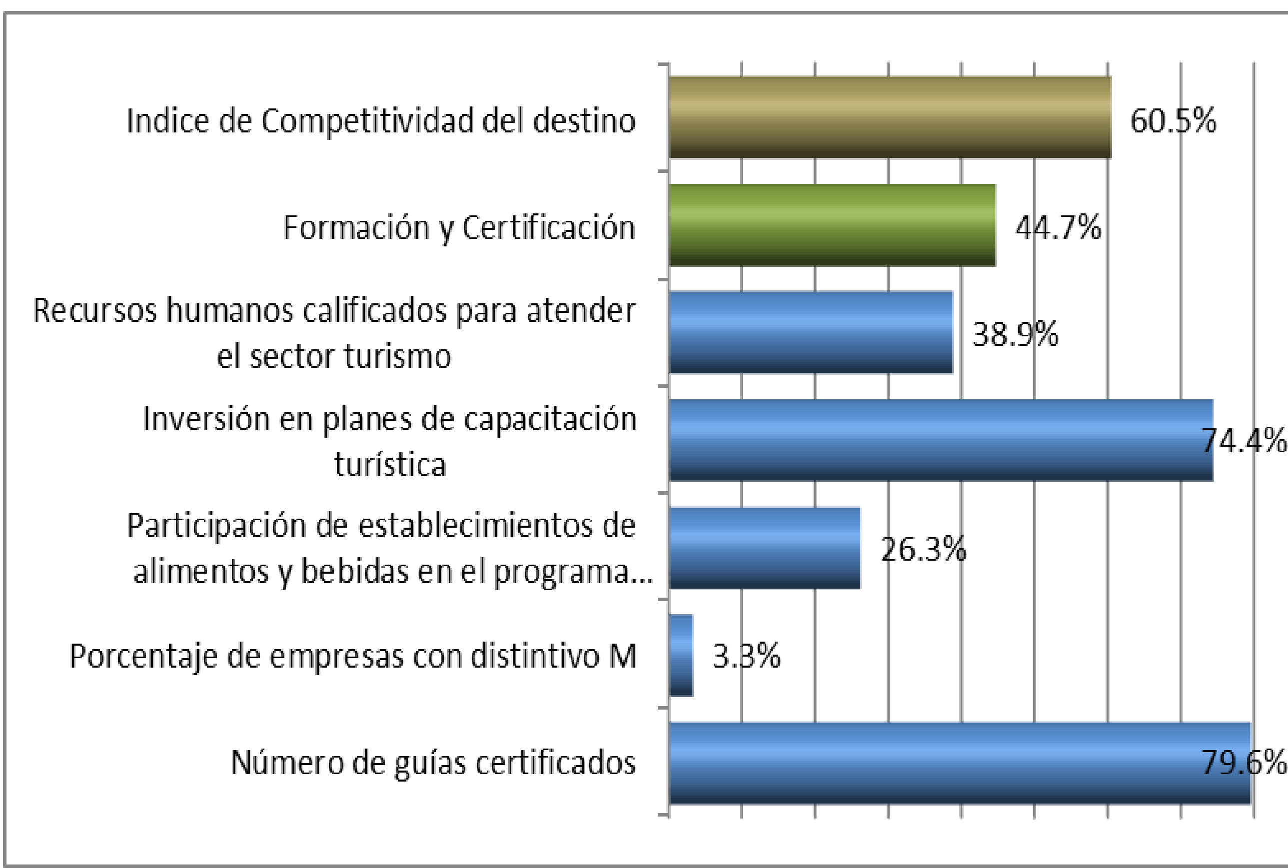
Indice de Competitividad del destino	60.5%
Tic´s e Información turística	49.5%
Información actualizada en el portal de internet del destino	16.7%
Nùmero de visitas al portal del destino	82.3%
Existencia de puntos de información turística	66.7%
Sistema información estadística del Turismo	33.3%
Aplicaciones turística para dispositivos moviles-Guias comerciales, teléfonos de interés	50.0%
Acceso a Internet en sitios públicos	66.7%
Líneas telefónicas disponibles al turismo	10.0%

INDICE POR FACTOR



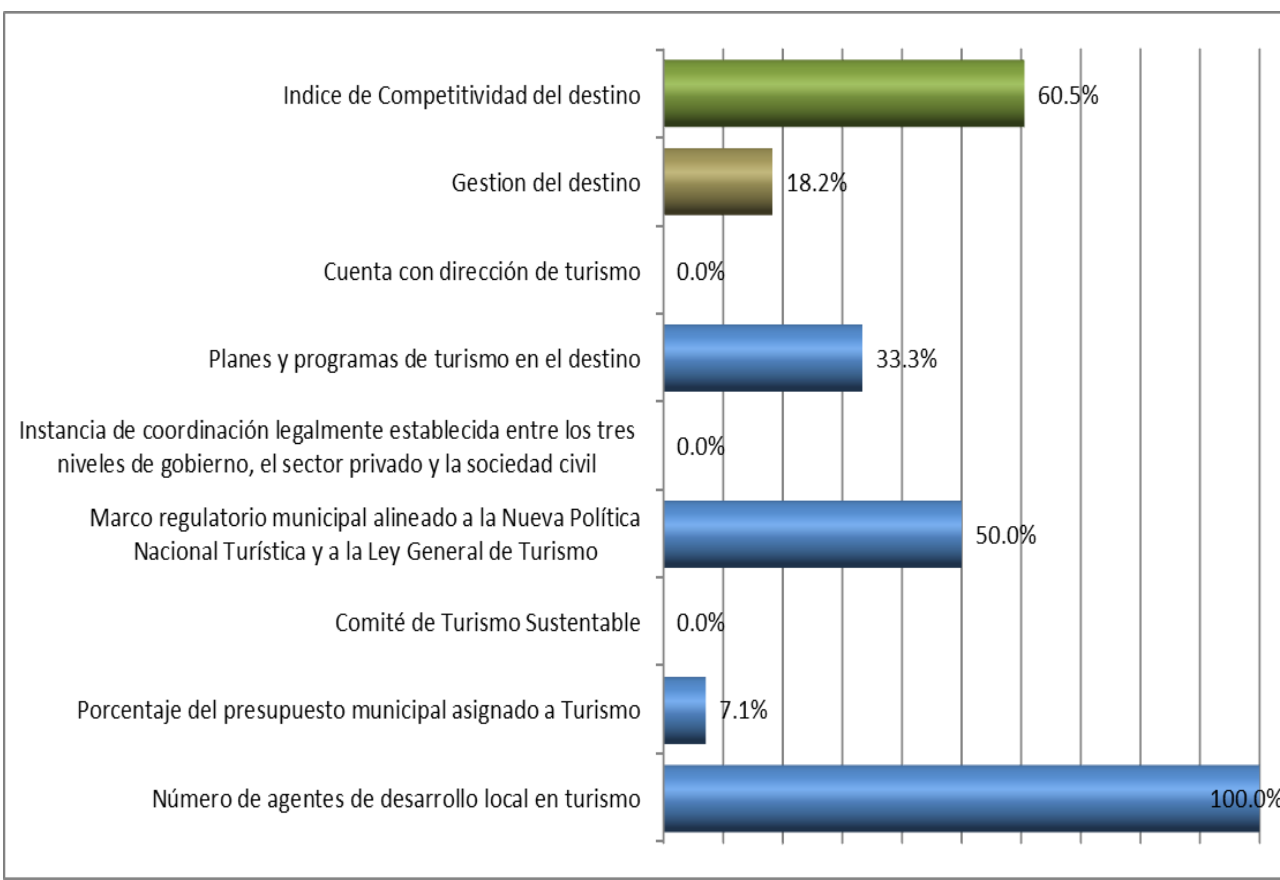
Indice de Competitividad del destino	60.5%
Formación y Certificación	44.7%
Recursos humanos calificados para atender el sector turismo	38.9%
Inversión en planes de capacitación turística	74.4%
Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el programa distintivo H	26.3%
Porcentaje de empresas con distintivo M	3.3%
Número de guías certificados	79.6%

INDICE POR FACTOR



Indice de Competitividad del destino	60.5%
Gestión del Destino	18.2%
Cuenta con dirección de turismo	0.0%
Planes y programas de turismo en el destino	33.3%
Instancia de coordinación legalmente establecida entre los tres niveles de gobierno, el sector privado y la sociedad	0.0%
Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo	50.0%
Comité de Turismo Sustentable	0.0%
Porcentaje del presupuesto municipal asignado a Turismo	7.1%
Número de agentes de desarrollo local en turismo	100.0%

INDICE POR FACTOR



Sintetizando:

En este apartado se ha podido observar que el Índice de Competitividad Turística para el Municipio de Mérida es del 60.50%, del total de la capacidad que tiene el municipio para congregar fortalezas y potencialidades con el fin de competir en la actividad turística en el plano nacional.

Al estar por encima de la media, este índice posiciona a Mérida como un destino importante y competitivo en el país, este valor podría ser más alto, pues de los nueve factores de competitividad 6 de ellos presentan porcentajes por arriba de la media, pero el factor Gestión del destino aparece muy por debajo de la media con un 18.20% del valor ponderado, lo cual disminuye el índice total. Este factor es bajo por diferentes causas: en Mérida no se cuenta con una Instancia que coordine los tres niveles de gobierno, los empresarios y la sociedad civil; no cuenta con una Dirección en Turismo a nivel municipal (cuenta con Subdirección); El presupuesto de 2013 asignado a turismo por el Ayuntamiento fue de menos del 1 % del total; no cuenta con un Comité de turismo sustentable, ni con estudios que midan el nivel de insatisfacción del turista con el comercio ambulante o la asistencia de la sociedad en eventos de turismo, entre otros.

Los otros dos factores que quedaron debajo de la media y que al mejorar su posición, elevaría necesariamente el índice de competitividad de Mérida, son:

- Tic´s e información turística, con 49. 5% del cobertura de los aspectos que lo componen, considerando que, aunque

a nivel estatal se cuenta con el sistema DATATUR,
el municipio no cuenta con un Sistema de Información Estadística del Turismo, únicamente utiliza un sistema basado en el número de visitantes que acuden a los centros de información turística; tampoco se cuenta con Líneas telefónicas para la comunicación de dudas o quejas por parte de los Turistas o visitantes así como de información relativa al Destino.

- Formación y certificación con 44.7% del total de capacidades debido a que no se cuenta con un registro del porcentaje del personal del Destino con educación turística, ni del grado promedio de escolaridad del personal que labora en el sector; tampoco se cuenta con un registro que mida directamente la percepción de los prestadores de servicios con respecto a la calidad de los planes de capacitación turística institucionales. Por otro lado el porcentaje de empresas turísticas que han alcanzado las certificaciones y distintivos (H y M) son aun muy pocas.

Para más detalle de esta sección, ver el análisis de los factores en el apartado de Subdiagnóstico.

III. ENTREGABLES ADICIONALES

Num	Indicador	Unidad de Medida	Tipo de indicador	Ponderación en el Factor	Factor	Rango de alerta			Dato
						Sobresaliente	Adecuado	Minimo aceptable	
1	**Oferta total de habitaciones**	Número de habitaciones	Cuantitativo	20	OFERTA TURÍSTICA	8000-6001	6000-4001	4000-3000	7,038
2	**Gasto diario promedio del turista**	Pesos	Cuantitativo	15	OFERTA TURÍSTICA	6000-4501	4500-2501	2500-1500	2,689
3	**Estadía promedio del turista**	Días	Cuantitativo	10	OFERTA TURÍSTICA	3 a 2.5	2.5 a 2.1	2 a 1.5	1.82
4	**Oferta de restaurantes y bares**	Número de restaurantes y bares	Cuantitativo	8	OFERTA TURÍSTICA	350-251	250-151	150 -100	330
5	**Número total de rutas del destino turistico**	ruta turística	Cuantitativo	8	OFERTA TURÍSTICA	15 a 12	12 a 9	8 a 5	14
6	**Oferta cultural de monumentos**	Número de monumentos	Cuantitativo	7	OFERTA TURÍSTICA	50 a 31	30 a 11	1 a 10	61
7	**Transporte terrestre al destino**	Líneas de transporte	Cuantitativo	7	OFERTA TURÍSTICA	20 a 16	15 a 11	10 a 1	17
	Corridas de autobuses que salen del destino					251-300	201-250	150-200	200
8	**Número de inventarios o catálogos de servicios turísticos**	Catálogos o inventarios	Cuantitativo	5	OFERTA TURÍSTICA	10 a 6	5 a 3	1 a 3	3
9	**Número de sitios arqueológicos dentro del destino**	sitio arqueológico	Cuantitativo	5	OFERTA TURÍSTICA	200 a 101	21 a 100	1 a 20	220
10	**Oferta cultural de museos**	Número de museos	Cuantitativo	5	OFERTA TURÍSTICA	11 a 15	6 a 10	1 a 5	14
11	**Número de declaratorias de patrimonio de cultura inmaterial de la UNESCO**	declaratorias de patrimonio	Cuantitativo	3	OFERTA TURÍSTICA	5 a 3	2 a 3	1 a 2	2
12	**Oferta cultural de zonas de monumentos históricos**	Número de zonas de monumentos históricos	Cuantitativo	3	OFERTA TURÍSTICA	5 a 3	2 a 3	1 a 2	1
13	**Agencias de viajes**	Número de agencias de viajes	Cuantitativo	3	OFERTA TURÍSTICA	51 a 65	31 a 50	20 a 30	59
14	**Oferta de discotecas y bares**	Número de discotecas y bares	Cuantitativo	1	OFERTA TURÍSTICA	26 a 35	16 a 25	10 a 15	29
				100					

Num	Indicador	Unidad de Medida	Tipo de indicador	Ponderación en el Factor	Factor	Rango de alerta			Dato		
						Sobresaliente	Adecuado	Minimo aceptable			
15	**Tasa de crecimiento del empleo en el sector turistico en Yucatán**	Porcentaje	Cuantitativo	0.2	Democratización de la productividad turística	+ de 10%	6 al 9 %	3 al 5%	**12.55%**	2012	
16	**Participación porcentual de las actividades turísticas en Yucatán**	Porcentaje	Cuantitativo	0.15	Democratización de la productividad turística	+ de 10%	6 al 9 %	3 al 5%	**2.87%**	2011	Medicion del Impacto social y productivo del Turismo en Yucatán
17	**PIB Turistico de Yucatán en el PIB estatal**	Porcentaje	Cuantitativo	0.15	Democratización de la productividad turística	+ de 10%	6 al 9 %	del 3 al 5%	**1.95%**	2011	
18	**Numero de empleos (directos) en el sector turistico Yucatán**	Porcentaje	Cuantitativo	0.12	Democratización de la productividad turística	+ de 10%	6 al 9 %	del 3 al 5%	**7.70%**	2012	De 935273 empleos, 72,000 empleos son de turismo y equivalen al 7.7%
19	**Participación del Turismo en la Economía Nacional, Yucatán**	Porcentaje	Cuantitativo	0.1	Democratización de la productividad turística	+ de 10%	6 al 9 %	3 al 5%	**1.61%**	2011	
20	**Tasa de desempleo en turismo en Mérida**	Porcentaje	Cuantitativo	0.1	Democratización de la productividad turística	0 al 2%	2.1 al 4	4.1 al 6 %	**3.70%**	2011	
21	**Nivel de percepción de bienestar (calidad de vida) Mérida**	Grado de calidad medido en porcentaje	Cuantitativo	0.05	Democratización de la productividad turística	+ de 80%	50 a 80%	30 al 50 %	**80%**	2012	
22	**Indice de Rezago Social en el Municipio de Mérida**	Niveles	Cualitativo	0.05	Democratización de la productividad turística	3-Muy bajo y bajo	2-Medio	1-Alto y muy alto	**3-Bajo**	2010	
23	**Indice de Marginacion en el Municipio de Mérida**	Niveles	Cualitativo	0.05	Democratización de la productividad turística	3-Muy bajo y bajo	2-Medio	1-Alto y muy alto	**3-Bajo**	2010	
24	**Salario Promedio Diario de Cotización, Yucatán**	Número	Cuantitativo	0.03	Democratización de la productividad turística	5.6	4.4	3.2	**3.2**	2013	Yucatán: 3.2 x 61.38= 196.416 / DF: 5.6 x 64.76 = 362.65
				1							

Total en el Estado 187084,056

			PIB
+ DE 18´708,405 (+ de 10%)	11´225,043 a 18´708,404 (6 al 9 %)	5´612,521 a 1´225,042 (3 al 5%)	3653840 (1.95 %)

Num	Indicador	Unidad de Medida	Tipo de indicador	Ponderación en el Factor	Factor	Rango de alerta			Dato	Observaciones
						Sobresaliente	Adecuado	Minimo aceptable		
25	**% de cobertura de drenaje y alcantarillado.**	%	cuantitativo	10%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	80% o mas	79%-51%	50% o menos	**14%**	
26	**Programa para el manejo integral de desechos sólidos.**	unidad	cuantitativo	10%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	2 existe	1 en proceso	0 no existe	**existe**	a punto de saturación hay 1 relleno y 3 empresas
27	**Iniciativa de Planes y programas en materia de educación ambiental educativo y privado.**	Iniciativa	cuantitativo	6%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	2 existe	1 en proceso	0 no existe	**existe**	1 plan y 4 pgms.
28	**Programa de Acciones de conservación del Patrimonio.**	unidad	cuantitativo	9%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	2 existe	1en proceso	0 no existe	**existe**	1 decreto y 4 pgms
29	**Áreas naturales protegidas.**	ha	cuantitativo	6%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	10000	1001 a 9999	1000	**10 757 has**	Cuxtal
30	**Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico.**	Estudio	Cualitativo	3%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	2 existe	1 en poroceso	0 no existe	**0**	
31	**Ordenanmiento ecológico territorial decretado**	Decreto	Cualitativo	8%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	2 existe	1 en poroceso	0 no existe	**si existe**	
32	**Programa de Manejo de Riesgo.**	unidad	cuantitativo	4%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	2 existe	1 en poroceso	0 no existe	**si existe**	1 pgm de proteccion civil
33	**Aplicación del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo.**	sistema	Cualitativo	4%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	2 existe	1 en proceso	0 no existe	**no existe**	
34	**Porcentaje de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos.**	%	cuantitativo	10%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	50% o mas	49%-16%	15 o menos	**0**	
35	**Porcentaje de establecimientos con sello de calidad ambiental turistica en hoteles.**	%	cuantitativo	10%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	50% o mas	49%-16%	15 o menos	**0**	
36	**Porcentaje de blanearios con Programa Balnearios naturales limpios de agua dulce.**	%	cuantitativo	4%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	50% o mas	49%-16%	15 o menos	**0**	
37	**Porcentaje de establecimientos con certficados Green Globe.**	%	cuantitativo	5%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	50% o mas	49%-16%	15 o menos	**0**	
38	**Certificado de municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental.**	Certificado	cuantitativo	6%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	2 existe	1en proceso	0 no existe	**0**	
39	**Consumo de energía por cuarto.**	unidad (kilowats).	cuantitativo	5%	SUSTENTABILIDAD TURISTICA	200 o menos	201-299	300 o más	**ND**	se requiere estimacion promedio por cuarto
				100%						

Núm.	Indicador	Unidad de Medida	Tipo de indicador	Ponderación en el Factor	Factor	Rango de alerta			Dato	Observaciones
						Sobresaliente	Adecuado	Mínimo aceptable		
40	**Recursos humanos calificados para atender el sector turismo**	Personas/Año	Cuantitativo	0.16	FORMACION Y CERTIFICACIÓN	7000 o mas	6999-3001	3000 o menos	**2721**	Promedio del numero de personas capacitadas del 2009 al 2012
41	**Porcentaje de personal del destino con educación turística**	Porcentaje	Cuantitativo	0.14	FORMACION Y CERTIFICACIÓN	35% o mas	34%-21%	20% o menos	**ND**	Se recomienda medirlo en una encuesta a prestadores de servicios
42	**Inversión en planes de capacitación turística**	Pesos al año	Cuantitativo	0.12	FORMACION Y CERTIFICACIÓN	$3,000,000 ó mas	$2,999,999-$2,300,001	$2,300,000 ó menos	**$ 2, 231,650.00**	
43	**Grado promedio de escolaridad del personal que labora en el sector**	Numero promedio de años escolares	Cuantitativo	0.11	FORMACION Y CERTIFICACIÓN	12 o más	11- 7 años	6 o menos	**ND**	Se recomienda medirlo en una encuesta a prestadores de servicios
44	**Porcentaje de prestadores de servicios con un nivel alto de satisfacción en los planes de capacitación turística**	Porcentaje	Cuantitativo	0.1	FORMACION Y CERTIFICACIÓN	90%	70%	50%	**NO**	
45	**Cuenta con sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes**	Porcentaje	Cuantitativo	0.09	FORMACION Y CERTIFICACIÓN				**ND**	Se recomienda medirlo en una encuesta de salida a nuestros visitantes.
46	**Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de les visitantes**	Porcentaje	Cuantitativo	0.08	FORMACION Y CERTIFICACIÓN				**ND**	Se recomienda determinar indicadores de calidad que se midan mediante encuestas de salida a nuestros visitantes
47	**Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el programa distintivo H**	Porcentaje	Cuantitativo	0.08	FORMACION Y CERTIFICACIÓN	90%	50%	10%	**23.63%**	número de estableciomientos certificados en los dos ultimos años (años que es válida la certificacion), entre el numero de restaurantes
48	**Porcentaje de empresas con distintivo M**	Porcentaje	Cuantitativo	0.07	FORMACION Y CERTIFICACIÓN	90%	50%	10%	**3.01%**	porcentaje de estableciomientos certificados en los dos ultimos años (años que es válida la certificacion),
49	**Número de guías certificados**	numero de guías con una certificación	Cuantitativo	0.05	FORMACION Y CERTIFICACIÓN	250	150	50	**199**	Únicamente los que trabajan destino Mérida

	Num	Indicador	Unidad de Medida	Tipo de indicador	Ponderación en el factor	Factor	Rango de alerta			Dato
							Sobresaliente	Adecuado	Minimo aceptable	
1	50	Conectividad aérea	vuelo/semana	cuantitativo	0.20	ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA	150 ó mas	81-149	80 ó menos	129
2	51	Existencia de servicios de apoyo al turista	número de servicio	cuantitativo	0.12	ACCESIBILIDAD E	46 ó mas	16-45	15 ó menos	80
							10 ó mas	5 - 9	4 ó menos	12
							1 ó mas	sin servicio	sin servicio	1
							5 ó mas	3 a 4	2 ó menos	6
							1 ó mas	sin servicio	sin servicio	1
							1 ó mas	sin servicio	sin servicio	1
							1 ó mas	sin servicio	sin servicio	1
							1 ó mas	sin servicio	sin servicio	1
							10 ó mas	5 - 9	4 ó menos	14
							1 ó mas	sin hospital	sin hospital	1
							1 ó mas	sin hospital	sin hospital	1
							1 ó mas	sin servicio	sin servicio	1
						INFRAESTRUCTURA	1 ó mas	sin hospital	sin hospital	1
3	52	Hospitales	unidad	cuuantitativo	0.03	ACCESIBILIDAD E	36 ó mas	De 11 a 35	10 ó menos	41
							4 ó mas	De 2 a 3	1	5
							10 ó mas	De 5 a 9	4 ó menos	10
							4 ó mas	De 2 a 3	1	4
							1 ó mas	sin hospital	sin hospital	1
							2 ó mas	sin hospital	sin hospital	1
							8 ó mas	De 4 a 7	3 ó menos	8
						INFRAESTRUCTURA	36 ó mas	De 11 a 35	10 ó menos	43
4	53	Sucursales bancarias	sucursal	cuantitativo	0.03	ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA	26 ó mas	De 11 a 25	10 ó menos	35
5	54	Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre del destino	porcentaje de km pavimentados	cuantitativo	0.10	ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA	80% ó mas	De 56% a 89%	55%	82.42%
6	55	Calidad en el transporte local del destino	grado de satisfacción de los usuarios en el servco de transporte terrestre (encuesta)	cuantitativo	0.10	ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA	9 ó mas	De 6 a 8	5 ó menos	4.7
7	64	Tarifas hoteleras	pesos	cuantitativo	0.20	ACCESIBILIDAD E	$1,323 ó mas	de $1,183 a $1,322	$1,181.74 ó menos	$1,241.95
			pesos	cuantitativo			$1255 o más	de $831 a $1,254	$830 ó menos	$964.12
			pesos	cuantitativo			$791 ó mas	de $624 a $790	$623 o menos	$715.79
			pesos	cuantitativo			$597 ó mas	de $463 a $596	$462 ó menos	$541.76
			pesos	cuantitativo		INFRAESTRUCTURA	$562 ó mas	de $328 a $561	$327 ó menos	$474.07
8	57	Reglamento de Imagen Urbana	reglamento	cualitativo	0.05	ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA	SI	EN PROCESO	NO	Con Reglamento
9	58	Porcentaje de avance o de aplicación de los Planes de Desarrollo Urbano decretados	Porcentaje	cualitativo	0.05	ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA	Mas del 50%	6% a 50%	5%	22%
10	59	Acceso a servicios básicos	porcentaje	cuantitativo	0.12	ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA	70% ó mas	De 56 a 70%	55 ó menos	77%
					1.00					

Num	Indicador	Unidad de Medida	Tipo de indicador	Ponderación en el Factor	Factor	Rango de alerta			Dato
						Sobresaliente	Adecuado	Minimo aceptable	
60	**Percepción del nivel de inseguridad Municipal**	Porcentaje	Cuantitativo	0.2	EGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	30% O MENOS	30.1%-49.9%	50% O MÁS	**27.40%**
61	**Porcentaje de delitos menores en relación a la población**	Porcentaje	Cuantitativo	0.07	EGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	1%-4.9%	5% - 14.9%	15% MÁS	**3.35%**
62	**Número de Policías en relación a la población**	Núm. Por cada 1000 habitantes	Cuantitativo	0.07	EGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	9% o más	8%-6%	5% o menos	**9.06%**
63	**Incidencia Delictiva**	úm de delitos por cada 10,000 ha	Cuantitativo	0.07	EGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	500 o menos	501-1499	1,500 o más	**451**
64	**Delitos a mano armada**	Por cada 10,000 habitantes	Cuantitativo	0.08	EGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	5% o menos	6%-14%	15% o más	**5.07%**
65	**Homicidios dolosos**	Homicidios por cada 100,000 hab	Cuantitativo	0.07	EGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	50	51-99	100	**17**
66	**Delitos a las instituciones de banca y crédito**	Núm. Por cada 100,000 hab.	Cuantitativo	0.07	EGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	0	0	0	**0**
67	**Denuncias del fuero común**	Núm. Por cada 100 hab.	Cuantitativo	0.07	EGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	10%	10.1%-24.9%	25%	**5.38%**
68	**Volúmen reciclado de desechos**	Porcentaje	Cuantitativo	0.07	EGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	70%	69.9%-19.9%	20%	**30%**
69	**Programas para el manejo de residuos peligrosos**	Núm. De programas	Cuantitativo	0.07	EGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	20	19-6	5	**12**
70	**Centros de cuidados de la Salud (hospitales, clínicas)**	Camas por cada 1000 habitantes	Cuantitativo	0.16	EGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	2%	1.1%-1.9%	1%	**0.36%**

Núm.	Indicador	Unidad de Medida	Tipo de indicador	Ponderación en el Factor	Factor	Rango de alerta			Dato	Observaciones
						Sobresaliente	Adecuado	Mínimo aceptable		
71	Alcance de las campañas y medios de promoción	numero de medios en cada ámbito (local	Cuantitativo	0.13	PROMOCION Y COMERCIALIZACIO N	10 medios en cada ámbito	6 medios en cada ámbito	2 medios en cada ámbito	6 medios en cada ámbito	
72	Porcentaje de visitantes y turistas que regresan	Porcentaje	Cuantitativo	0.15	PROMOCION Y COMERCIALIZACIO N	80%	50%	30%	NO	Se sugiere realizar un estudio como el llevado a cabo en el 2010 por CESTUR
73	Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino	Porcentaje	Cuantitativo	0.14	PROMOCION Y COMERCIALIZACIO N	80%	50%	30%	NO	Se sugiere realizar un estudio como el llevado a cabo en el 2010 por CESTUR
74	Diversificación en segmento de mercado	Numero de segmentos de mercado que	Cuantitativo	0.12	PROMOCION Y COMERCIALIZACIO N	10 segmentos	6 segmentos	4 segmentos	5 segmentos	
75	Diversificación en segmento de mercado geográfico	Número de segmentos de mercado	Cuantitativo	0.12	PROMOCION Y COMERCIALIZACIO N	5 zonas geográficas (México	3 zonas	1 zona	3 zonas	
76	Segmento de población atendidos en las campañas de promoción del destino.	tipos de segmentos de población	Cualitativo	0.09	PROMOCION Y COMERCIALIZACIO N	A , B y C	A y B	B	A y B	
77	Existencia de Oficinas de Convenciones y visitantes (OCV´s) u organismos similares	Número de oficinas de la OCV's del	Cuantitativo	0.11	PROMOCION Y COMERCIALIZACIO N	3	2	1	1	
78	Cantidad de Destinos Management Companies (DMC´s) que participan en eventos de la plaza.	Porcentaje	Cuantitativo	0.07	PROMOCION Y COMERCIALIZACIO N	90%	70%	50%	95%	
79	Existencia de agencias de viajes Mayoristas que promocionen el destino	Número de Agencias promotoras del	Cuantitativo	0.07	PROMOCION Y COMERCIALIZACIO N	80	50	30	45	

Num	Indicador	Unidad de Medida	Tipo de indicador	Ponderación en el Factor	Factor	Rango de alerta			Dato
						Sobresaliente	Adecuado	Minimo aceptable	
81	**Cuenta con dirección de turismo**	Dirección de turismo	Cualitativo	0.15	Gestion del destino	3 = existe	2 = en proceso	1 = no existe	**1**
82	**Planes y programas de turismo en el destino**	Documento	Cualitativo	0.15	Gestion del destino	Cuenta con un Plan Estratégico, un Programa y una Ley de turismo publicados en el Diario	Cuenta con Programa y Ley de turismo publicados en el Diario Oficial= 2	Cuenta con un programa elaborado = 1	**1**
83	**Instancia de coordinación legalmente establecida entre los tres niveles de gobierno, el sector privado y la sociedad civil**	Comité	Cualitativo	0.1	Gestion del destino	3 = Existe	2= en proceso	1= no existe	**1**
84	**Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo**	Marco regulatorio municipal	Cualitativo	0.1	Gestion del destino	3 = coincide totalmente	2= coincide parcialmente	1= no coincide	**2**
85	**Comité de Turismo Sustentable**	Comité de Turismo Sustentable	Cualitativo	0.15	Gestion del destino	3 = Existe	2= en proceso	1= no existe	**1**
86	**Nivel de insatisfacción de los turistas con el comercio ambulante**	%	Cuantitativo	0.05	Gestion del destino	20 o menos	49 a 21	50 o más	**ND**
87	**Participación de los visitantes en los eventos del turismo**	%	Cuantitativo	0.05	Gestion del destino	40 % o más	entre 20 y 40 %	menos de 20%	**ND**
88	**Porcentaje del presupuesto municipal asignado a Turismo**	%	Cuantitativo	0.2	Gestion del destino	de 7 al 10	de 4 a 7	del 1 al 4	**0.4950**
89	**Número de agentes de desarrollo local en turismo**	Agentes	Cuantitativo	0.05	Gestion del destino	10 y más	entre 5 y 10	4 o menos	**11**
				1					

Observaciones: Se recomienda realizar un estudio de Percepción del comercio ambulante por los turistas en el centro histórico

Observaciones: Se recomienda realizar un estudio que mida la participación de los visitantes en los eventos

Núm.	Indicador	Unidad de Medida	Tipo de indicador	Ponderación en el Factor	Factor	Rango de alerta			Dato	Observaciones
						Sobresaliente	Adecuado	Mínimo aceptable		
91	**Información actualizada en el portal de internet del destino**	Actualizaciones por año	Cualitativo	0.2	TICS (Tecnologías de la información y comunicación) E INFORMACIÓN TURISTICA	12	6	3	**2**	
92	**Nùmero de visitas al portal del destino**	Número de Visitas/año	Cuantitativo	0.18	TICS (Tecnologías de la información y comunicación) E INFORMACIÓN TURISTICA	200,000	150,000	100,000	**164,558**	promedio estado y municipio
93	**Existencia de puntos de información turística**	Número de puntos de información turística	Cuantitativo	0.16	TICS (Tecnologías de la información y comunicación) E INFORMACIÓN TURISTICA	12	8	5	**8**	3 del estado y 5 del Municipio
94	**Sistema información estadística del Turismo**	Existencia del sistema	Cualitativo	0.15	TICS (Tecnologías de la información y comunicación) E INFORMACIÓN TURISTICA	existe	En proceso	No existe	**existe**	DATATUR nivel estado
95	**Aplicaciones turística para dispositivos moviles- Guias comerciales, teléfonos de interés**	Número de aplicaciones	Cuantitativo	0.13	TICS (Tecnologías de la información y comunicación) E INFORMACIÓN TURISTICA	4	2	1	**2**	uno nivel Estatal y uno nivel municipal
96	**Acceso a Internet en sitios públicos**	Número de sitios públicos con acceso a internet	Cuantitativo	0.13	TICS (Tecnologías de la información y comunicación) E INFORMACIÓN TURISTICA	150	100	50	**100**	
97	**Líneas telefónicas disponibles al turismo**	Número de Líneas	Cuantitativo	0.05	TICS (Tecnologías de la información y comunicación) E INFORMACIÓN TURISTICA	10	6	3	**0**	
				1						

1. Matriz de compromisos.

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Proyectos varios, que en conjunto funcionan Articulando un circuito que vincule espacial y territorialmente el Destino Mérida con su entorno Estatal.	Desarrollo de productos creativos por parte de la administración pública, los operadores y prestadores de servicios que complementen el turismo cultura y de naturaleza del contexto estatal del destino Mérida, para generar inercias de atracción turística y mayor dinamismo en el sector tanto en las localidades donde se implementen los proyectos como en el destino Mérida. Se buscará enfatizar en lo cultural/vivencial y una adecuada articulación entre los sitios implicados.	Gob. Municipal /Secretaria de Turismo Estatal, Cámara de Comercio, Empresarios turísticos locales, Instituciones Educativas	Se trabajan, por parte de las autoridades, en los anteproyectos urbanos, arquitectónicos y administrativos de cada proyecto.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Matriz de proyectos.

2.

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Mejoramiento de imagen urbana en la hacienda Yaxcapoil, Uman.	Dotar de una imagen urbana uniforme y hacer más atractivos sus edificios, ya que algunos cuentan con edificios de alto valor histórico	SECTUR: 300 Mil pesos Gob. Estatal 30 Mil pesos Total: 600 Mil pesos	Se obtendrán mayores opciones de atractivos turísticos que se vinculen con el Destino Mérida pues Yaxcopoil es considerada como una de las fincas rústicas más importantes por su tamaño y gran magnificencia. Siendo la hacienda un gran atractivo turístico y de gran valor arquitectónico, Yaxcopoil es el paso obligatorio de los turistas que se dirigen de Mérida a la Ruta Puuc y Chetumal entre otros puntos. Con el proyecto se atiende la necesidad de mejorar la calidad de la experiencia del visitante, tanto en la localidad como en los destinos cercanos como Mérida.	Responsable: SEFOTUR 2014: Realización de los proyectos ejecutivos. 2014-2015: Realización de las obras.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Matriz de proyectos.

3.

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Proyecto Ejecutivo, Construcción y Equipamiento para la Creación de Playas Accesibles en los puertos de Sisal, San Crisanto, y Telchac Puerto.	Consiste en planear, construir y equipar de instalaciones para la prestación de servicios que ofrezcan facilidades para personas con capacidades diferentes, en las playas de los puertos costeros, entre los que podemos mencionar a Sisal, San Crisanto y Telchac Puerto.	SECTUR: 3 Millones de pesos Gob. Estatal: 3 Millones de pesos Total: 6 Millones de pesos	Se obtendrán mayores opciones de atractivos turísticos que se vinculen con el Destino Mérida pues con la creación e implementación de éstas instalaciones se pretende ofrecer las facilidades para que las personas con capacidades diferentes puedan disfrutar de los atractivos naturales de las playas de Yucatán con las medidas de seguridad necesarias para sus actividades recreativas de una manera digna y cómoda, las playas de Yucatán no cuentan con estos servicios e infraestructura actualmente. Con el proyecto se atiende la necesidad de mejorar la calidad de la experiencia del visitante, tanto en la localidad como en los destinos cercvanos como Mérida.	Responsable: SEFOTUR 2014: Realización de los proyectos ejecutivos. 2014-2015: Realización de las obras.

Matriz de proyectos.

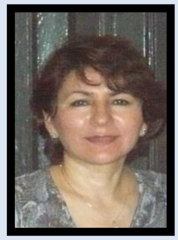
4.

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN – COSTOS ESTIMADOS	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Palacio de Congresos de Mérida	Construcción del Palacio de Congresos de Mérida generando espacios físicos para la realización de eventos de reuniones, congresos, convenciones y exposiciones, dotando con instalaciones de alta tecnología y servicios de primer nivel a la plaza.	SECTUR: 300 Millones de pesos Gob. Estatal: 300 Millones de pesos Total: 600 Millones de pesos	La Construcción del Palacio de Congresos de Mérida solventará la necesidad de generar espacios físicos para la realización de eventos de reuniones, congresos, convenciones y exposiciones, dotando con instalaciones de alta tecnología y servicios de primer nivel a la plaza, que contribuyan en el incremento del turismo de reuniones (mayor llegada de visitantes), con la consecuente derrama económica en el Destino Mérida y en el Estado. Con el proyecto se atiende la necesidad de mejorar la calidad de la experiencia del visitante en el destino Mérida.	Responsable: SEFOTUR 2014: Realización de los proyectos ejecutivos. 2014-2015: Realización de las obras.

Agenda de Competitividad Turística Destino Mérida

SECTUR
SEFOTUR Yucatán
UADY

COORDINACIÓN GENERAL



Ileana Beatriz Lara Navarrete

ORGANIGRAMA

EQUIPO RESPONSABLE DEL PROYECTO

EXPERTOS - INVESTIGADORES



Fernando Enseñat Soberanis



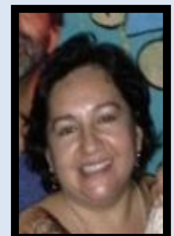
Elda Moreno Acevedo



Carmen García Gómez



María Isabel Bolio Rosado



María Eugenia Castillo Paredes



Armando Sastre Méndez

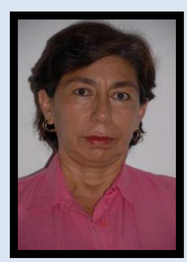
EXPERTOS - ASESORES



Samuel François Jouault



Álvaro Quiñones Aguilar



Maria Milagrosa Pérez Sanchez

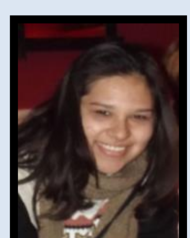
COLABORADORES y APOYO LOGISTICO



Emir Daniel Huan Santos



Laura Marylu Trejo Pool



Laura Pérez Muñoz

EQUIPO DE TRABAJO



ILEANA BEATRIZ LARA NAVARRETE

Doctora en la línea Arquitectura y Ciudad por la Universidad de Colima, egresada de la Universidad Autónoma de Yucatán.

Nació en la Ciudad de Mérida, Yucatán, México

Actividades Principales:

Coordinadora General del Proyecto "Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos" para el Destino Mérida por parte de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).

Investigador Nivel I del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) del CONACYT.

Profesora Investigadora de Tiempo Completo Titular "A" de la Facultad de Ciencias Antropológicas de la UADY, imparte en la Licenciatura en Turismo las materias de Patrimonio Cultural de México y de Yucatán.

Fue Coordinadora de la Maestría en Diseño Urbano Ambiental de la Facultad de Arquitectura de la UADY, en Yucatán, Campeche y Q. Roo de 2003 a 2007.

Profesora Titular de las materias de Urbanismo y Taller de Diseño Urbano en la Universidad Marista desde 2004; Miembro del grupo de análisis urbano del Plan Estratégico de Yucatán desde 2002; Profesora invitada del Doctorado en Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez; Arquitecta Investigadora en el Depto. de Centro Histórico y de Planeación de la Dirección de Desarrollo Urbano del Ayuntamiento de Mérida de 1995 a 2002. Ha realizado proyectos y estudios urbano-arquitectónicos para el sector privado.

Áreas de Interés:

Los asentamientos humanos y urbanos y el patrimonio cultural material e inmaterial como motor del turismo.

Publicaciones:

Coord. del Libro "El Turismo en Yucatán", en proceso de edición, 2013, UADY

Libro "Huellas de Mérida", 2011, SEP, Gobierno del Estado de Yucatán, Tiraje de 10,000 ejemplares (ISBN: 978-607-7824-26-8).

Libro "Para decirlo de otra manera", 2011, Instituto de Cultura del Ayuntamiento de Mérida, Tiraje de 500 ejemplares (ISBN: 978-607-7824-17-6).



FERNANDO ENSEÑAT SOBERANIS

Maestro en Gestión y Planificación del Turismo por la Université du Québec à Montréal (UQÀM), Canada.

Nació en la Ciudad de Mérida, Yucatán, México
Actividades Principales:
Miembro del equipo de consultores e investigadores del Proyecto "Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos" para el Destino Mérida por parte de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).
Coordinador de la Licenciatura en Turismo en la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY). Profesor Investigador de Tiempo Completo Titular "A" de la Facultad de Ciencias Antropológicas de la UADY. Profesor en la Licenciatura en Turismo de las materias de Mercadotecnia Turística e Investigación de Mercados Turísticos.
Publicaciones:
Capítulo del Libro "El Turismo en Yucatán", en proceso de edición, 2013, UADY: Estudio exploratorio de la imagen del destino Yucatán entre excursionistas de EE.UU; (Co-autoría con Elda Moreno Acevedo) "Turismo de cruceros y satisfacción con el destino: una aproximación a la segmentación de mercados por clusters" en *Memorias del IV Seminario Iberoamericano de Turismo,* en prensa.

ELDA MORENO ACEVEDO



Historiadora económica; Doctorado y Maestría por El Colegio de México; Licenciada en Economía por la Universidad Autónoma de Yucatán.
Nació en la ciudad de Ticul, Yucatán, México.
Actividades Principales:
Miembro del equipo de consultores e investigadores del Proyecto "Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos" para el Destino Mérida por parte de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).
Profesor Investigador de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Antropológicas de la UADY. Imparte en la Licenciatura en Turismo las asignaturas de Economía y Turismo, Políticas Públicas del Turismo y Planificación y Gestión estratégica del Turismo; Colabora con la Facultad de Economía-UADY impartiendo las asignaturas de Economía y Estado y Finanzas Públicas.
Su investigación se enfoca al estudio de las transformaciones del sector público de la economía mexicana y en especial de Yucatán a lo largo del tiempo.
Áreas de interés:
Políticas Públicas y Desarrollo económico y el Turismo como actividad económica.
Publicaciones:
Co-autoría con Enseñat Soberanis, Fernando, "Turismo de cruceros y satisfacción con el destino: una aproximación a la segmentación por clusters" en *Memorias del IV Seminario Iberoamericano de Turismo*, en prensa. "Génesis del sistema fiscal mexicano, 1821- 1824" en *Fiscalidad en América Latina*, Monográfico Historia no.40, julio 2012, Instituto de Estudios Latinoamericanos-Universidad de Alcalá de Henares, (ISSN 2171-4436).



CARMEN GARCÍA GÓMEZ
Doctora en la línea Medio Ambiente por la Universidad de Colima; Nació en el Distrito Federal, México.
Actividades Principales:
Miembro del equipo de consultores e investigadores del Proyecto “Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos” para el Destino Mérida por parte de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).
Profesora Investigadora Titular “A” de la Facultad de Ciencias Antropológicas en la Licenciatura en Turismo y la Facultad de Arquitectura de la UADY, docente a nivel licenciatura y maestría.
Profesora invitada del Doctorado en Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Autónoma de Cd. Juárez.
Coordinadora de proyectos de investigación locales en el área de vivienda y medio ambiente y participante de proyectos de investigación a nivel nacional.
Encargada del departamento de Ordenamiento Territorial y Observatorio Urbano del Ayuntamiento de Mérida; Ha realizado diversos proyectos y estudios urbano-arquitectónicos para el sector privado.
Publicaciones:
Coord. del Libro “Autoproducción de Vivienda en Mérida Yucatán”, 2005, UADY.
Publicación de resultados de investigación en capítulos de libro, artículos, jornal y papel en diversas revistas, impresas y electrónicas, a nivel nacional e internacional.



MARIA ISABEL BOLIO ROSADO
Licenciada en Administración de Empresas Turísticas en Hotelería y Restaurant
Nació en la Ciudad de Mérida Yucatán, México.
Actividades Principales:
Miembro del equipo de consultores e investigadores del Proyecto “Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos” para el Destino Mérida por parte de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).
Catedrática en la Facultad de Ciencias Antropológicas de la UADY. Imparte en la licenciatura de Turismo las materias de Hotelería y Turismo y Hospitalidad.
Imparte clases en la licenciatura de Turismo del TecMilenio, campus Mérida.
Se desempeña como Gerente General del Hotel Colon Mérida.
Fue Subdirectora de Turismo Municipal para el Ayuntamiento de Mérida en el periodo 2010-2012; Fue Presidente de la Asociación Mexicana de Hoteles en Yucatán durante dos periodos (2007- 2009) y durante esa misma etapa, fue miembro de la junta de gobierno del Patronato de Cultura; Socia del consejo empresarial turístico, miembro del consejo coordinador empresarial y del consejo consultivo de transporte, así como del consejo de prevención de accidentes;
Miembro del consejo consultivo de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Mayab.

Miembro propietario del fideicomiso del 2% y miembro del comité del Plan Estratégico de Mérida; Fue Presidente del comité organizador del “primera feria turística del Mundo Maya Mundo Maya” septiembre 2009.
Así mismo ha desarrollado diversos acuerdos para impulsar el desarrollo profesional – académico con diversas instituciones en las que destacan:
Convenio de vinculación académico-empresarial del instituto tecnológico de Mérida con la Asociación Mexicana de Hoteles en Yucatán, A.C. ; Asesora en el programa de vinculación académico profesional con la Universidad Tecnológica de Mérida; Titular en los convenios de vinculación académica de la universidad del valle de México-Glion con la Asociación Mexicana de hoteles en Yucatán; Convenios de vinculación académica para la realización de prácticas profesionales de la universidad TecMilenio con la Asociación Mexicana de Hoteles en Yucatán; Convenios de vinculación académica para la realización de prácticas profesionales de la universidad del Mayab con la Asociación Mexicana de Hoteles en Yucatán.

ARMANDO SASTRE MENDEZ



Maestro en la Gestión del Turismo Sostenible por la Universidad para la Cooperación Internacional de San José Costa Rica; Licenciatura en Administración por la Universidad Nacional Autónoma de México.
Estudios del idioma inglés en el Colegio Link School de Londres; Inglaterra.
Nació en el Distrito Federal con 22 años radicando en Mérida Yucatán, México.
Actividades Principales:
Miembro del equipo de consultores e investigadores del Proyecto “Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos” para el Destino Mérida por parte de la UADY.
Imparte en la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Antropología de la UADY, las materias de Dirección y Organización de Empresas Turísticas y Diseño de Proyectos Turísticos; Consultor y capacitador en desarrollo y medio ambiente con especialidad en turismo comunitario para la CONABIO, CONANP, CONAFOR, CDI, PNUD-PPD y empresas sociales turísticas; Socio fundador de la Asociación Civil Naturaleza Compartida desde 2002.
Publicaciones:
LIBRO: Parks in Peril –People, Politics and Protected Areas – Part II Nine Neotropical Parks, (1998).

MARÍA EUGENIA CASTILLO PAREDES



Contador Público egresada de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán.
Nació en la Ciudad de Umán, Yucatán, México.
Actividades Principales:

Miembro del equipo de consultores e investigadores del Proyecto "Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos" para el Destino Mérida por parte de la UADY,
Profesora de la Facultad de Ciencias Antropológicas de la UADY, imparte en la Licenciatura en Turismo, las asignaturas de Contabilidad Financiera y Administración Financiera.

Publicaciones:

Capítulo del Libro "El Turismo en Yucatán", en proceso de edición, 2013, UADY



ALVARO QUIÑONES AGUILAR

Maestría en Economía y Administración Pública Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Yucatán.
Nació en la Ciudad de Mérida Yucatán, México.

Actividades Principales:

Especialista en análisis de información estadística y geográfica, diseño, ejecución y análisis de estudios de investigación de mercado, encuestas de opinión pública y de mercado.
Actualmente socio director de DECIDE Market Research, agencia regional de investigación de mercados y profesor de la Universidad Tecnológica Metropolitana y Facultad de Economía de la UADY en asignaturas como: Matemáticas aplicadas a la administración y economía, Estadística, Investigación de Mercados, Evaluación social de proyectos y Economía
Especialidad en Estadística. Facultad de Matemáticas, UADY.
Licenciatura en Economía Facultad de Economía, UADY.
Diplomado en Sistemas de Información Geográfica con énfasis en Desarrollo Urbano. Facultad de Arquitectura UADY/Centro de Información Geográfica. UQROO.
Diplomado en Planeación Publica Facultad de Economía, UADY.
Diplomado en Habilidades Gerenciales, ITESM.
Diplomado en Percepción Remota con énfasis en Producción de Espacio-mapas. Instituto de la Calidad del Estado de Yucatán. Gobierno del Estado de Yucatán.
Taller Internacional de Diseño Muestral de Encuestas. INEGI. Oficinas centrales Aguascalientes; Curso Internacional de Análisis de Información Estadística y Geográfica INEGI. Oficinas regionales de Puebla.

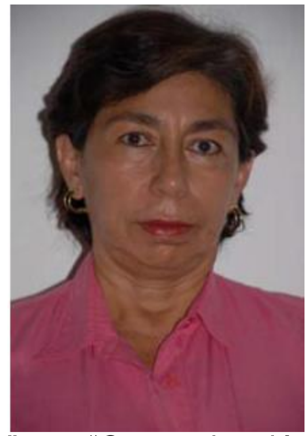


SAMUEL JOUAULT

Maestro en Geografía la Universidad de Alta Bretaña con estancia en la Universidad de Quebec en Montreal (UQÀM).
Candidato al doctorado de geografía en la Universidad de Angers, Francia Licenciado en Geografía por la Universidad de Alta Bretaña. Licenciado en Intervención Social por la Universidad de Burdeos, Francia.

Nacido en Francia.
Actividades Principales:
Diplomado en Animación Social por la Secretaría de la Juventud y el Deporte de Francia.
Guía especializado en educación ambiental (NOM 09, SECTUR).
Profesor de carrera asociado de la Licenciatura en Turismo desde 2011.
Áreas de Interés:
Temas de turismo en comunidades rurales, Globalización y turismo, Desarrollo y cultura, Educación al viaje, Desigualdades sociales.

MARIA MILAGROSA PÉREZ SANCHEZ



Doctorado en Institut Nationale des Sciences Appliquées de Lyon, Lyon, Francia. Grado de Doctor (PhD). Tesis: "Typologie et uniformisation syntaxique des modèles de transfert de chaleur dans le contexte de la thermique du bâtiment", 2 de febrero de 1989 ; Licenciatura en Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma de Yucatán, UADY. Título de Ingeniero Civil. Tesis: "Modelos Hidráulicos, 1977.
Nació en la Ciudad de Mérida Yucatán, México.
Actividades Principales:
Profesor investigador de tiempo completo impartiendo las asignaturas de "Comportamiento térmico de edificios" en la licenciatura en Ingeniería Civil, "Contaminación por ruido" y “Contaminación atmosférica” en la Maestría en Ingeniería Ambiental, “Transferencia de calor” y “Almacenamiento de energía” en la licenciatura en Ingeniería Física de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma de Yucatán (FIUADY); Profesor investigador de tiempo completo en la Facultad de Ingeniería de la UADY, impartiendo las materias de "Calor y Termodinámica", Procedimientos de Construcción", "Costos de la Construcción" en la licenciatura en Ingeniería civil y la materia de "Instalaciones de aire acondicionado” en la Maestría en Ingeniería de la Construcción, Mérida, Yucatán. 1980-1983; Fue profesor asistente asociado en la carrera de Ingeniería Civil del "Institut National des Sciences Appliquées" en los cursos de "Simulación por Computadora del Comportamiento Térmico de Edificios" y trabajos prácticos de transferencia de calor y acústica aplicada a edificios. Lyon, Francia. 1987 - 1988.
Jefe del Departamento de Cómputo de la FIUADY; Secretaria del Comité asesor de investigación de la FIUADY.
Publicaciones:
M. Pérez Sánchez."Contribution a la conception d'une plate-forme d'essais des élements de l'habitat". Convention de recherche A.F.M.E. Ecole Nationale des Travaux Publics de l'Etat. 57 p. Junio de 1984.
M. Pérez, F. Allard, G. Achard. "Thermal coupling between the ground and slab-on-grade buildings". Building and Environment, Pergamon Press, Edinburg". Vol. 23, No. 3, pp.233-242. 1988.

LAURA MARYLU TREJO POOL



Estudiante de la Licenciatura en Turismo en la Universidad Autónoma de Yucatán
Nació en la Ciudad de Mérida, Yucatán, México

Actividades Principales:
Colaborador del equipo de consultores e investigadores del Proyecto “Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos” para el Destino Mérida por parte de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).
Segundo lugar en la modalidad cartel en la Primera Conferencia Internacional Experiencia en redes, equipos y cuerpos académicos en el contexto del turismo, patrimonio y sustentabilidad por el CINVESTAV y Facultad de Ciencias Antropológicas de la UADY.

EMIR DANIEL HUAN SANTOS



Estudiante de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Autónoma de Yucatán.
Nació en la Ciudad de Mérida, Yucatán, México.
Actividades Principales:
Colaborador del equipo de consultores e investigadores del Proyecto “Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos” para el Destino Mérida por parte de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).
Colaborador en el proyecto de “Atlas de Turismo Alternativo de la Península de Yucatán”, Centro de Investigaciones Avanzadas, CINVESTAV.
Primer lugar en la modalidad de Cartel Científico en la Primera Conferencia Internacional Experiencia en redes, equipos y cuerpos académicos en el contexto del turismo, patrimonio y sustentabilidad por el CINVESTAV y Facultad de Ciencias Antropológicas de la UADY.
Áreas de interés:
Hospitalidad en el servicio y Relaciones públicas.

LAURA PÉREZ MUÑOZ



Estudiante en la Licenciatura de Turismo de la Universidad Autónoma de Yucatán.
Actividades Principales:
Colaborador del equipo de consultores e investigadores del Proyecto “Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos” para el Destino Mérida por parte de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).
Fue seleccionada por 2 años consecutivos como participante en el concurso académico anual de la Preparatoria 1 y fue candidata en el “Programa de Jóvenes Emprendedores” de la Embajada de Estados Unidos en México.

BIBLIOGRAFIA (por apartado)

1. Perfil socioeconómico del Municipio de Mérida y el papel del turismo

Secretaría de Economía Yucatán Nov. 2012
Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR) 2013
INEGI 2010

2. Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos

Bigné, Enrique. et al (2001), Marketing de Destinos Turísticos, ESIC Editorial, Madrid. España, p. 190.
OMT (2002) Themis Publication. Destination Management, tedQual nº 5. Número monográfico dedicado a la investigación sobre el destino turístico y su gestión. Madrid, España.
Secretaría de Fomento Turístico, Gobierno del Estado de Yucatán (2012), Informe mensual sobre resultados de la actividad turística en el estado de Yucatán, (Documento de trabajo)
Secretaría de Turismo, Gobierno del Estado de Yucatán (2005), Encuesta anual al Turista 2005, Departamento de Estudios y Estrategias (Documento de trabajo)

4. Especificación de la edificación complementaria

SEDESOL (1999), Sistema Normativo de Equipamiento Urbano, Tomo II, Salud y Asistencia Social
Inventario de Servicios Turísticos del Estado de Yucatán (InvenTur)
Disponible en: **http://www.inventur.yucatan.gob.mx/**
Comisión Nacional de Seguridad.
Disponible en: **http://www.ssp.gob.mx/portalWebApp/wlp.c?__c=7d4**
Centro de Convenciones Yucatán Siglo XXI
Disponible en: **http://www.yucatansigloxxi.com/centro-de-convenciones**
Salud / Hospitales y Servicios Médicos, Ayuntamiento de Mérida 2012-2015
Disponible en: www.merida.gob.mx/turismo/contenido/servicios/hospitales.htm
Directorio hospitales privados Mérida. Disponible en:
www.directoriointernet.mx/hospitales_privados/Hospitales_privados_yucatan.htm
Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE)
Disponible en: www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx
InvenTur – Hospitales
Disponible en**: www.inventur.yucatan.gob.mx/rpthospitales.php**

5. El factor humano

(2013) Inauguran Instituto de Capacitación Turística de Yucatán de la Asociación Mexicana de Hoteles en Yucatán A.C. Disponible en:
http://www.candela-tizimin.com/10579-inauguran-instituto-de-capacitaci-n-turistica-de-yucat-n-de-la-asociaci-n-mexicana-de-hoteles-en-yucat-n-a-c.html

7. Accesibilidad y movilidad

ANSUR, Aeropuerto Internacional de Mérida, mayo 2013
Ayuntamiento de Mérida, PDU-2010
Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010), Principales resultados por localidad 2010 (ITER). Disponible en:
http://operativos.inegi.org.mx/sistemas/iter/entidad_indicador.aspx?ev=5
Puertos Yucatán, Puerto de Progreso en Yucatán, México. Información general del Puerto de Altura. Disponible en: **http://www.puertosyucatan.com/**

8. Infraestructuras básicas
Chan, Martha (2013) **En Mérida el relleno sanitario crecerá**, Yucatanall. Disponible en: **http://www.yucatanall.com/noticias/noticias-yucatan/20008-en-merida-el-relleno-sanitario-crecera**

9. Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano)
Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial del Municipio de Mérida, Yucatán (2006), Ayuntamiento de Mérida. Disponible en:
http://www.bitacoraordenamiento.yucatan.gob.mx/archivos/200702063055.pdf

10. Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística
Programa de manejo de Cuxtal – Ayuntamiento de Mérida
Disponible en: **http://www.merida.gob.mx/ecomerida/cuxtal001.htm**

14. Identificación y análisis de las TIC´s disponibles y utilizadas en el destino
Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR) 2013. Disponible en:
http://www.yucatan.gob.mx/gobierno/dependencias/informacion_dependencia.php?id=16
Ayuntamiento de Mérida, Dirección de Fomento Económico 2013. Disponible en:
http://www.merida.gob.mx/municipio/sitiosphp/calidad/php/deseco.php

III. 3. Recomendaciones de planeación, movilidad y ordenamiento territorial
http://www.mda.cinvestav.mx/oumid/index.php
http://www.omy.org.mx/userfiles/pdfs/IndicadoresdeDesarrolloZMMParte08MovilidadUrbana.pdf
http://isla.merida.gob.mx/serviciosInternet/wsSIDU/html/#
http://www.merida.gob.mx/municipio/index.htm
Gaceta Municipal, Órgano oficial de publicaciones del municipio de Mérida, Yucatán, México. Núm. 217, Año 5, del 24 de julio de 2012. **www.merida.gob.mx**

Bibliografía:

- Blanke, Jennifer and Thea Chiesa (Editors). (2009). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 Managing in a Time of Turbulence*. World Economic Forum.
- Blanke, Jennifer and Thea Chiesa (Editors). (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 Beyond the Downturn*. World Economic Forum.
- Blanke, Jennifer and Thea Chiesa (Editors). (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation*. World Economic Forum.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2013) *Ley General de Turismo*. Diario Oficial de la Federación.
- Congreso de Michoacán de Ocampo. (2013). Ley de Turismo del Estado de Michoacán de Ocampo. Congreso de Michoacán de Ocampo.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2012). *Informe de Pobreza en México el país, los estados y sus municipios 2010*. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.
- Centro de Estudios Superiores en Turismo. (2011), Perfil y Grado de Satisfacción del Turista de Morelia, Octubre – diciembre de 2010.
- Fondo Nacional de Fomento al Turismo. (2009). Programa Especial de Apoyo al Desarrollo Turístico del Centro Histórico de la Ciudad de Morelia, del Estado de Michoacán de Ocampo.
- Gobierno del Estado de Michoacán. (2012). *Plan de Desarrollo Integral del Estado de Michoacán 2012-2015*. Gobierno del Estado de Michoacán.
- Gobierno del Estado de Michoacán. (2013). *Programa Estatal de Turismo 2012-2015*. Gobierno del Estado de Michoacán.
- Gobierno de la República, Estados Unidos Mexicanos. (2013) *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. Gobierno de la República.
- Holloway, J. Christopher; Claire Humphreys and Rob Davidson. (2009). *The Business of Tourism*. Eighth edition. Pearson Education Limited.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Gobierno del Estado de Michoacán. (2008). Anuario Estadístico del Estado de Michoacán 2007. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Gobierno del Estado de Michoacán. (2009). Anuario Estadístico del Estado de Michoacán 2008. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Gobierno del Estado de Michoacán. (2010). Anuario Estadístico del Estado de Michoacán 2009. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Gobierno del Estado de Michoacán. (2011). Anuario Estadístico del Estado de Michoacán 2010. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Gobierno del Estado de Michoacán. (2012). Anuario Estadístico del Estado de Michoacán 2011. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Karian, Zaven A. Edward J. Dudewicz. (2010). *Handbook of Fitting Statistical Distributions with R*. Taylor & Francis Group.
- Karlsson, Charlie. (2008). *Handbook of Research on Innovation and Clusters. Cases and Policies*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Lazzeretti, Luciana. Clara S. Petrillo. (2006). *Tourism Local Systems and Networking*. Elsevier.
- Mahmassani, Hani S. (Editor) (2002) *In Perpetual Motion. Travel Behavior Research Opportunities and Application Challenges*. Pergamon Press.

- Ortegón, Edgar. Juan Francisco Pacheco. Horacio Roura. (2005). *Metodología general de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión pública*. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social.
- Pedraza Rendón, Oscar Hugo y Luis Alfonso Rivera Mena. (2011). *INCEPTUM* “Los bienes no transables, la teoría del comercio internacional y el turismo” Vol. VI. No. 11. Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Richards, Greg and Derek Hall. (Editors) (2000). *Tourism and Sustainable Community Development*. Routledge.
- Rivera Mena, Luis Alfonso. (2012). *2do. Congreso Internacional Turismo y Economía*. “Modelo de determinación de la demanda para el turismo extranjero en Morelia 1992-2011”. Universidad Autónoma de Querétaro.
- Tribe, John. (2011). The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Fourth Edition. Elsevier.
- Sacconi, Lorenzo; Margaret Blair; R. Edward Freeman and Alessandro Vercelli (Editors). (2011). Corporate Social Responsibility and Corporate Governance. The Contribution of Economic Theory and Related Disciplines. Palgrave Macmillan.
- Sánchez Pérez, Amparo. (19999. *I Congreso Nacional Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: Nuevas Tecnologías y Calidad*. “La Innovación en la Empresa Turística y las Necesidades de Formación”. Congreso Nacional Turismo y Tecnologías.
- Scarrott, Martin. (1999). Sport, Leisure and Tourism Information Sources. A guide for researchers. Butterworth-Heinemann.
- Serrato García, Marco Antonio. Juan Manuel Tello Contreras. Sergio Antonio García Moreno. Juan Carlos de la Cruz Castillo Munguía. Kathia Denisse Gómez García. (2009). *Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos ICTEM 2010*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Morelia.
- Ullah, Aman; David E. A. Giles. (2011) Handbook of Empirical Economics and Finance. Taylor & Francis Group.
- UNESCO. (16 de noviembre de 2010). *La Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO se enriquece con 46 nuevos elementos*. Obtenido de www.unesco.org.
- World Tourism Organization. (2008). International Conference on Metropolitan Tourism. World Tourism Organization.
- World Tourism & Travel Council. Oxford Economics. (2013). Methodology for producing the 2013 WTTC/Oxford Economics Travel & Tourism Economic Impact Research. World Tourism & Travel Council-Oxford Economics.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE YUCATÁN

MTRO. ALFREDO DÁJER ABIMERHI
Rector de la Universidad Autónoma de Yucatán

Dra. en Arq. Ileana Beatriz Lara Navarrete
Directora General del Proyecto

Colaboradores
Dra. Carmen García Gómez
Dra. Elda Moreno Acevedo
Dra. María Milagrosa Pérez Sánchez
Mtro. Álvaro Quiñones Aguilar
Mtro. Armando Sastre Méndez
Mtro. Fernando Enseñat Soberanis
Mtro. Samuel Jouault
Lic. María Eugenia Castillo Paredes
Lic. María Isabel Bolio Rosado
Emir Daniel Huan Santos
Laura Marylu Trejo Pool
Laura Pérez Muñoz

CONSULTORÍA: GRUPO EMPRESARIAL ESTRATEGIA

HÉCTOR FLORES SANTANA
Director General

Eduardo Camacho Ibar
Socio-Director

Armando Mújica Romo
Coordinador Técnico del Proyecto

Mary Cruz Cabrera Toledo
Secretaria Técnica del Proyecto

Equipo de Consultores
Vanessa Anaya Elizalde
Marnye Caldera Blanquet
Gabriela Cervera Hernández
Cristian Juárez Godínez
Luis Miguel Lugo Cuellar
Arturo Muñoz Canales
Martha Palacios Vera
Rodolfo Pérez Álvarez
Inocente Reyes Mejía
José Luis Romero Espejel
Sergio Valderrama Herrera
José Luis Zúñiga Vázquez
Rodrigo de la Rocha Félix
Emiliano González Lozada

Contacto:
www.gemes.com.mx
gemes@gemes.com.mx

UADY
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE YUCATÁN

gemes
Grupo Empresarial Estrategia